

**Análisis de las estrategias discursivas utilizadas por el página virtual: La Naranja
Castrochavista, en la red social Facebook y su influencia en los imaginarios políticos de
los ciber-ciudadanos en cuanto a las elecciones presidenciales de Colombia 2018**

Valeria Guapacha Peláez

Código: 1221713250

Correo: vale.ignoto@utp.edu.co

Universidad Tecnológica de Pereira

Asesora: Jhoana Guarín

Asignatura: Proyecto de Grado

Facultad de Ciencias de la Educación

Licenciatura en Comunicación e Informática Educativas

Pereira, Risaralda

2019

Tabla de Contenido

JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO 1	7
Definición del Problema	7
Objetivo general.	11
Objetivos específicos	11
Estado del Arte	12
Caracterización de la población	16
Marco Teórico	18
Redes Sociales aplicadas al poder público	18
Asuntos contestatarios y posición crítica en el discurso político de la red	
Facebook	19
La opinión pública exacerbada en los micro debates virtuales	20
Facebook la red social facilitadora	22
Acicates de la Tecnología del Internet	23
Imaginarios	24
Imaginario Político	29
Ciberciudadano	31
Diseño Metodológico	35
Tipo y diseño de investigación	35
Datos relevantes de la metodología	36
Población o grupo objetivo	36
Muestra	37
Descripción de la población usuaria	37
Caracterización de variables	37
Instrumentos	38
Contenedor de indicadores a explorar	39
Temporalidad	39
CAPÍTULO 2	40
Análisis del discurso de La Naranja Castrochavista	40
Análisis de la información	45
Estrategias Discursivas	48
Discurso y Contradiscurso	49
Relación de la retórica del grupo La Naranja Castrochavista y los Imaginarios	
Políticos	51
CAPÍTULO 3	54
Conclusión	54
BIBLIOGRAFÍA	56

JUSTIFICACIÓN

Vivimos en una sociedad cambiante, volátil, en la que gracias a los medios de comunicación y en especial a las redes sociales como Facebook, cualquier sujeto social puede ser parte de una audiencia activa, que interactúa e intercambia información por medio de los diferentes dispositivos y que al mismo tiempo construye imaginarios sociales a partir del tal intercambio. Estos imaginarios sociales, se han visto potenciados gracias a la velocidad que permite la Internet para interactuar y, aún más, las redes sociales. En ese sentido, las subjetividades de las personas están siendo constantemente expresadas en diversas plataformas, y de estas intersubjetividades es que se alimenta la creación de imaginarios sociales.

La presente investigación pretende hacer un análisis de los imaginarios políticos en un grupo de jóvenes universitarios que forman parte del movimiento La Naranja Castrochavista en Facebook, a propósito de la campaña presidencial de 2018 en Colombia.

Por medio de este proyecto, se podrá aportar un nuevo conocimiento sobre cómo se puede identificar en la red social Facebook, la generación de imaginarios sociales, ya que las redes sociales permiten una fuerte mediación con los sujetos y por ende con la sociedad. Para efectos de la anterior afirmación se tomará información sustancial del contexto tecnológico del ciberespacio con aplicabilidad en la sociedad, para entender los nuevos fenómenos sociales, nuevas tendencias culturales y nuevas conexiones intersubjetivas.

Las redes sociales creadas dentro del Internet, brindan constantemente nueva información, la cual es recibida por miles de personas que están interconectadas en el ciberespacio, haciendo circular de manera instantánea sus subjetividades (Palazzo, 2014, p. 4).

Actualmente, se ha llegado a mostrar los diferentes tipos de movimientos sociales que se encargan de generar conciencia alrededor del tema político tanto en el mundo como en Colombia, movimientos como el de la Primavera Árabe en 2011 donde países de Oriente medio y norte de África como Túnez, Argelia, Mauritania, Sáhara Occidental, Arabia Saudí, Omán, Yemen, Libia, Líbano, Kuwait Sudán Jordania Siria Egipto Irak Irán Marruecos Palestina Emiratos Árabes Unidos Catar se movilizaron con miles de personas convocadas mayoritariamente por redes sociales y en particular por Facebook, logrando crear

transformaciones sociales y derrocamiento de monarquías; como también se vio en España, con el Movimiento 15M, un grupo de personas cansadas del mal gobierno y la injusticia deciden acampar en La Plaza del Sol de Madrid, este fue el primer acto de protesta en contra del PP y el PSOE que son los dos partidos políticos que han gobernado durante los últimos años en España, posteriormente se difundió por las redes sociales en el resto del país, provocando la misma reacción en las principales plazas de las ciudades.

En Colombia también se ha creado estos movimientos sociales que tiene como fuente de contacto e intercambio de información el uso de las redes, como el caso del grupo en Facebook: “La Naranja Castrochavista”, quienes por medio de una página llamada “Movimiento Naranja” han difundido información con tintes políticos y sociales, a veces cargadas de un humor satírico, que influye en la conciencia colectiva y las opiniones de los sujetos creando un movimiento social en la web de gran participación, generando sentido y opinión entre los jóvenes.

En consecuencia, como respuesta de adaptación al surgimiento de estos grupos, se establece entre los medios y las audiencias, una mediación que facilite su sentido “[...] ante la explosión de mensajes, lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder” (Orozco, 1997).

Debido a estas mediaciones, el investigador mexicano Guillermo Orozco, (1997) caracteriza los grupos, elementos tecnológicos, y estrategias comunicacionales que trazan una mediación tácita e imperceptible que identifica un discurso consecuente con el uso más racional de los mismos; al respecto sostiene que: “estos grupos son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos; son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política (Orozco, 1997, p. 2).

En este intercambio de productos y discursos mediáticos, Vilches (1993) sostiene que lejos del contenido bueno o malo de los mensajes, es destacable la influencia en las audiencias sobre diversos temas: afectivos, racionales, axiológicos, psicomotrices, informativos, actitudinales; en un entramado que toca aspectos tales como: la realidad, la fantasía, el placer, la responsabilidad, el hacer y el pensar (Orozco, 1997; p. 2).

Pero más acuciante aún es la postura de Castells (1995) quien denuncia que, aunque los medios son mal llamados el cuarto poder (ya que no dependen de sí mismos para lograr esta supremacía) si pueden acumularlo, y manipular las audiencias (Orozco, 1997; p. 2).

En el caso estudiado por el presente proyecto de investigación, este grupo de jóvenes ha construido imaginarios culturales, y posturas políticas con los cuales se ha generado conciencia social y se ha desarrollado un fuerte ciberactivismo acerca de las problemáticas referentes al ambiente proselitista del país como son las elecciones presidenciales de 2018; desde su ciberespacio de reflexión nace una especie de crítica y desconfianza abonada por el poder público durante décadas de corrupción y abuso.

Un claro ejemplo de ello son los *Hashtag* impuestos en Twitter y organizados desde Facebook para dar a conocer sus posturas o ideología colectiva tal como #GurisattiAUCN24 que fue creado en contra de la directora del noticiero de RCN, quien estaba dando información negativa sobre el proceso de paz con las FARC. La periodista colombiana Claudia Gurisatti llegó incluso a denunciar ante la Fiscalía, según ella, acoso y matoneo.

Otras tendencias similares en Twitter han llegado a miles de personas como el caso de la etiqueta #La Bruta Cabal por decirle necios o torpes a unos estudiantes que protestaban en las afueras del Congreso de la República.

Con esto se puede observar la influencia de las redes sociales, ya que han jugado un papel importante en la construcción de una nueva sociedad, y de cómo se hace necesario analizar los procesos de producción imaginaria de estos fenómenos.

En consecuencia, es común ver contenidos con información proselitista que es publicada por esta red social, sólo que desde una perspectiva politiquera e incluso plagada de “*fake news*” (palabra anglosajona que significa falsa noticia), han llegado hasta los medios de comunicación tradicionales, y en las redes sociales para crear adeptos y sumar conciencias engañando con falacias la conciencia ciudadana.

Un claro ejemplo de uso político en contra de ideologías sociales que nace en los medios de información, así como en las redes virtuales es el fenómeno anticomunista creado por el expresidente Álvaro Uribe, un representante de la ultraderecha colombiana; esta creación denominada movimiento “Castro Chavismo”; nace para denunciar la ideología de izquierda que se ha tomado varias naciones latinoamericanas pero que solo ha demostrado ineficacia y corrupción.

Dicha bandera contiene una carga de populismo que beneficia a los candidatos de la derecha y de centro en la carrera presidencial, pues el consciente colectivo teme la institucionalización de la izquierda en Colombia.

Desde este contexto nace la Naranja Castrochavista como un espacio para hacer sátira y pedagogía en contraste con el término del “Castro Chavismo” impulsado por personas de partidos de la ultraderecha de Colombia.

Ahora bien, el poder de transmitir lo que está sucediendo, está al alcance de la mayoría de la población, con el apoyo del sistema “*Streaming*”, algo que la televisión o la radio no pueden hacer de manera simultánea. Con un dispositivo móvil podemos estar interactuando con la información desde diferentes perspectivas, al instante y con diversas opiniones sobre lo que sucede en el mundo.

Por este impacto social, que genera el poder de estar 24 horas al día pendiente de lo que sucede en cualquier lugar del mundo, se pretende generar un nuevo conocimiento referente a la creación de imaginarios políticos creados en la página La Naranja Castrochavista, lo que justifica esta investigación que dedicará sus esfuerzos en conocer y dar pistas acerca de la influencia de la Redes Sociales sobre los imaginarios juveniles con enfoque político, la generación de la crítica-argumentada, y quizá la capacidad de movilización que podría, en cierto modo, generar respuestas desde los colectivos de estudiantes universitarios, hasta la respuesta a la inconformidad expresada en la protesta social.

CAPÍTULO 1

Definición del Problema

La red social Facebook, hoy en día, es un medio de información, entretenimiento, educación y comunicación que, gracias a la globalización, ha impactado fuertemente en la sociedad y en diferentes ámbitos.

En Colombia se utiliza para la exposición de vidas personales, la divulgación de imágenes y videos, e incluso para que diferentes actores de la sociedad, a través del uso de la red, creen movimientos sociales y políticos. Esto gracias a la múltiple información que se comparte.

Debido a la masificación de la interacción del sujeto, y con el apoyo de la información compartida en las redes sociales, se observa el surgimiento de imaginarios en diferentes campos entre ellos el político. Fue el caso de las elecciones presidenciales 2018 que tuvo una gran producción intersubjetiva cargada de significaciones y dinámicas que crearon modelos conductuales de carácter proselitista.

Desde esta perspectiva es interesante analizar en el grupo de Facebook: La Naranja Castrochavista, el compendio de imaginarios de tipo político, en su mayoría de rechazo, producidos en las diferentes situaciones de “asombro” un concepto innovador que amplía al respecto el investigador Armando Silva (2014) quien incursiona en la epistemología sobre los efectos del urbanismo en el imaginario del asombro social; el autor sostiene la idea de que “los imaginarios se encarnan y se desenvuelven” (citado en Tipán, 2014, párr. 2).

En su análisis sobre el urbanismo ciudadano plantea una funcionalidad tácita del espacio ciudadano y que está dado no en el escenario físico, sino más bien en la construcción que hace el ciudadano por medio de sus representaciones simbólicas; este cúmulo de expresiones que se conjugan en la cultura antropológica de los humanos cada vez más urbanizados encuentra a su vez los problemas y paradojas de la ciudad imaginada, que contrastan para ser usados como crítica a la realidad social, pero que como efecto psicológico ese urbanismo ciudadano se *encarna* en objetos urbanos que generan respuesta de asombro o a veces de miedo.

Cabe agregar que el discurso de las redes está basado en estas percepciones y en sus efectos, que como se ha visto, forma parte del imaginario colectivo, dando lugar a una cierta anarquía discursiva suscitada por el aparato gubernamental evaluado por la calificación social como el *culpable* de miles de despropósitos que vulneran la calidad de vida de la ciudadanía.

En respuesta a la anterior problemática, este grupo fijó como objetivo, según se dijo al Espectador el 10 de Julio 2017: *“crear conciencia en la sociedad sobre las reprochables prácticas políticas durante casi toda la historia de este país, a través del humor satírico, el sarcasmo y la ironía”*. Conformado en su mayoría por jóvenes, de los cuales muchos son universitarios, estos han mediado, en compañía de otras páginas, temas que van desde la burla y el humor político, hasta hacer pedagogía de cómo votar o enseñar sobre la hegemonía de la burocracia en las instituciones del Estado.

También se ha llegado a tomar acciones a través de las redes como los *hashtags* para que puedan dar a conocer su discurso y opinión. En estos procesos se da la producción de significaciones que brinda a los jóvenes posibilidades de construir su imaginario político desde una mirada alternativa a las tradicionales; creando audiencias diferentes que no solo comparten información sino que al mismo tiempo la producen para la sociedad; audiencias que se asombran y que asombran a su audiencia y a su vez son un fenómeno social claro para investigar. De lo anterior surge el siguiente interrogante a resolver en la investigación:

¿Cuáles son las estrategias discursivas utilizadas por el grupo virtual: La Naranja Castro Chavista, en la red social Facebook que influencia los imaginarios políticos de los ciber-ciudadanos en cuanto a las elecciones presidenciales de Colombia 2018?

La estrategia discursiva identificada en el grupo virtual La Naranja Castrochavista está conformada por el discurso de seguimiento, discurso de oposición, descalificación del adversario, de persuasión, y funciona mediante la incitación y manipulación de los ciberciudadanos que navegan por la página.

Al final esto nos permitirá identificar la influencia de las redes sociales en el imaginario colectivo, cuando se convoca a la participación política.

Este problema tiene resonancia en las redes juveniles que operan dentro de las plataformas virtuales, en sus mensajes de protesta enfilados contra el poder manipulador de grupos políticos que camuflados en las redes sociales promueven el discurso denominado popularmente “politiquero y clientelista”, muchas veces con promesas basadas en falsos ideales, compromisos políticos inviables, y utilizando la herramienta que más influye sobre el imaginario incipiente de la juventud universitaria: la crítica mordaz e incisiva en donde prevalece el “ellos son los malos; en cambio nosotros somos los buenos”; en este marasmo de mensajes se hace la política por el internet, dejando de lado el espacio para la defensa de la libertad, la identidad, la cultura universitaria y las múltiples conexiones emergentes en la convivencia de las comunidades académicas, que demarcan el camino del cambio exigido por la generación de futuros profesionales quienes llevarán la responsabilidad del desarrollo de la nación; de este ambiente social nace la protesta, el discurso contestatario y polémico, tras romper la dura realidad de las prácticas políticas con la visión de progreso del estudiante universitario, puesto que la falacia de la politiquería no llena las expectativas de vida de la juventud estudiantil. En los contextos universitarios, por el contrario, la actividad política tiene una lectura de degradación, hastío y la percepción de que siempre son los mismos los que suben al poder para incrementar la corrupción.

Con relación a la anterior situación y por ser sensibles a la manipulación del marketing no solo de servicios y productos, así como de los contextos proselitistas que influyen el acto de elegir nuestros gobernantes, la juventud universitaria camina bajo la delgada línea que separa la realidad ética y los imaginarios virtuales de cambio; dicha influencia, de forma directa interviene en las decisiones de la mente joven, con igual lógica que lo hace la publicidad, situación que ha sido denunciada por el grupo virtual “La Naranja Castrochavista” y que ha sido el blanco de sus críticas pues a consideración de ellos, en el Facebook las campañas políticas que drenan la mente encuentran adeptos desprevenidos que sin ningún escrúpulo son entrenados para votar “sin preguntar”.

Es así como se crean imaginarios políticos de aceptación y es a lo que le apuesta la relativamente nueva herramienta clientelista y corrupta de la política en las redes sociales del internet. Así las cosas, este es el objeto de estudio de la presente investigación, el análisis del discurso que está enmarcado dentro de las tecnologías de la información y la comunicación

como parte estratégica proselitista de la psicología política, en cuyos hallazgos se demarcará ciertas tendencias, percepciones de la realidad política nacional y de la respuesta de la juventud que cada vez adquiere consciencia de su importante papel en las decisiones para elegir los gobiernos, sin cometer los errores de la generación actual al seleccionar administradores públicos que para nada representan los intereses de la población universitaria estudiantil.

Objetivo general.

Analizar las estrategias discursivas utilizadas por el grupo virtual: La Naranja CastroChavista, en la red social Facebook y su influencia en los imaginarios políticos de los ciber-ciudadanos en cuanto a las elecciones presidenciales de Colombia 2018.

Objetivos específicos

- Rastrear las estrategias discursivas de los usuarios activos en el grupo La Naranja Castrochavista, sobre el fenómeno de la política en las redes sociales
- Identificar el discurso y el contradiscurso político utilizado por el grupo virtual: La Naranja Castrochavista fundado en la red social Facebook.
- Relación de la retórica de la página La Naranja Castrochavista y los imaginarios políticos

Estado del Arte

A continuación, se revisará tanto la literatura asociada al problema planteado, así como los teóricos y las investigaciones que se han adelantado sobre el fenómeno expuesto, y cómo se encuentra dicha investigación social.

Se observó en primera instancia la investigación acerca de imaginarios sociales de jóvenes universitarios, sobre su participación en redes sociales virtuales, realizado por Palenzuela (2013). Fue desarrollada en el marco general de la metodología cualitativa, desde un enfoque Etnográfico, específicamente desde la Etnografía Virtual, este enfoque es coherente con el enfoque epistemológico constructivista sistémico y el enfoque teórico general de la Teoría de los Sistemas Sociales, entendido desde la teoría sustantiva de los Imaginarios Sociales. El marco teórico de la investigación fue basado en los autores Luhmann (2007): en la Teoría sobre los Sistemas Sociales.

La construcción teórica de este investigador participa del espíritu de las ciencias contemporáneas a través de la incorporación de teorías e hipótesis provenientes de otras disciplinas o campos de estudio como la Biología, la Cibernética, y la Teoría de Sistemas, a la especificidad de las ciencias de la sociedad. Arnold (2004) cuyo planteamiento trata sobre selecciones metodológicas para abordar la observación de segundo orden. *La observación de segundo orden* es un concepto constructivista que apunta a observar observaciones. Un observador de segundo orden sólo observa la observación de un observador, su propia observación o la observación de otros. Resaltando (1) Las consecuencias más importantes de la observación de segundo orden, (2) sus exigencias con respecto a la codificación numérica y (3) algunas alternativas novedosas para situarla como programa para observar sistemas emergentes; Hine (2000), Juan Luis Pintos (2000, 2006, 2007, 2011), Baeza (2000, 2008), Cegarra (2012).

La pregunta de investigación que orienta el trabajo mencionado es la siguiente: ¿Cómo construyen los imaginarios sociales de la participación ciudadana en la Red Social Facebook, las y los jóvenes universitarios de carreras de ciencias sociales de la Universidad de Chile? El procedimiento que se utilizó para la selección de los casos de estudio fue una invitación que se envió por email a 925 direcciones de correo electrónico institucional de estudiantes

matriculados en pregrado de FACHSO, fundamentalmente a correos bajo el dominio @ug.uchile.cl. Como una conclusión de la investigación se puede decir que la construcción de imaginarios sociales de la participación ciudadana en la red social Facebook de las y los jóvenes de carreras de ciencias sociales de la Universidad de Chile, están orientados por distintas comunicaciones, percepciones, pensamientos, sentidos y acciones que circulan en los diversos sistemas de interacción en los que participan estos jóvenes. Dichos imaginarios funcionan como verdades naturalizadas que contribuyen a reducir la complejidad, legitiman y favorecen la integración social; recreando en la red social las múltiples construcciones compartidas sobre la problemática de la participación ciudadana al interior de las distintas carreras, colectivos políticos y organizaciones sociales a los que pertenecen las y los jóvenes que participaron en la investigación.

Situando los imaginarios sociales: aproximación y propuestas, realizado por Silvia Pérez Freire (2017). Tiene como base a los autores Cornelius Castoriadis (1983-1989), Wunenburger (2008), Bronislaw Baczko (1999), Anderson, B. (1983), Baeza, M.A. (2000), Durkheim, É. (1982, 1994, 1989, 2001, 2004), Luhmann, N. (1998), Pintos de Cea-Naharro, J.L. (2014). El paso de las nociones de imaginario, ligado a la imaginación creativa del ser, a la configuración del denominado imaginario social en primer lugar y actualmente, imaginarios sociales, pone de manifiesto la instauración definitiva de la perspectiva sociológica en esta teoría analítica interpretativa de la realidad (como producto social). A pesar del alto nivel de abstracción que posee el concepto de imaginarios sociales la inclusión de la visión sistémica de la sociedad le otorga además la necesaria solidificación para llegar a una praxis en la que se puede comprender mejor los actuales fenómenos sociales. Y en este ejercicio se separa y/o se distingue de otra noción adyacente como es el de las representaciones sociales ya que éstas serían un mecanismo con el que éstos se configuran, una de las objetivaciones que asumen los imaginarios sociales para mostrarse y/o visibilizarse, pero que en su trasfondo de significación se hallan más creaciones.

El meta-código relevancia-opacidad sería una manera de llegar a ellas y con la denominada observación de segundo orden el mecanismo mediante el cual poder identificarlas. Con todo ello, se abren múltiples líneas de investigación en las que los imaginarios sociales se están

constituyendo como uno de los ámbitos de estudio sociológicos con mayor proyección y potencialidad.

Imaginarios sociales, procesos de identificación y comunicación mediática, fue realizado por Salomé Sola-Morales (2014). La tesis que se sostiene es que los imaginarios son clave en los procesos de identificación que realizan los sujetos y los grupos en la comunicación mediática. La investigación está basada en los autores Aguilar, Daniel E. y SAID, Elías. (2010), Aguado, Juan Manuel (2014), Appadurai, Arjun (2001), Bachelard, Gastón (1997), Wunenburger, Jean-Jacques (2008), Pinto, (1995; 2000; 2001; 2003; 2005). Una de las conclusiones es que el ser tiene una necesidad estructural de confabular y construir imaginarios. Como advierte Edgard Morin en *El cine o el hombre imaginario* (1995), el ser humano figura lo real gracias a imaginarios simbólicos, representaciones o proyecciones culturales propias de un momento concreto. Precisamente por eso, los imaginarios mediáticos cumplen una función de construir la realidad compartida y darle sentidos. A través de la configuración de relatos los medios otorgan significaciones al contexto inmediato, al pasado y orientan acerca del porvenir. Es cierto que los contenidos imaginarios son inherentes a la subjetividad humana, pero estas ideas necesitan una proyección material que las favorezca o un soporte comprensivo, que en nuestra sociedad es eminentemente visual.

Aprendizaje informal a través de Facebook entre estudiantes eslovenos fue realizado por Karmen Erjaverr, (2013), El objetivo de este estudio ha sido determinar cómo usan Facebook los alumnos para el aprendizaje informal y para mejorar su capital social. El método como se desarrollo fue publicar una invitación para participar en el estudio en las páginas web de Internet de todos los colegios eslovenos (450), y 246 alumnos respondieron. Seleccionamos a los primeros 60 alumnos que cumplían nuestros requisitos en términos de datos demográficos (edad, notas, ubicación, ingresos, uso de Facebook y sexo).

Los resultados del estudio muestran que los alumnos eslovenos usan Facebook a menudo para complementar y suplementar el aprendizaje en clase, es decir como aprendizaje informal. Algunos autores en los que se basó para la investigación fueron Bauerlein, M. (2009), Boase, J. Horrigan, B.J., Whellman, B. & Rainie, L. (2011), Walker, R. (1988) Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K.F. (2009), Ule, M. (2008), Thurlow, C. (2006), Hamilton, A. (2009). Como

conclusión se encontró que en las escuelas deben ayudarles a usar el Facebook de modo ético, responsable, prudente y a sacar provecho de sus beneficios. De modo que es necesario poner en práctica la educación de los medios dentro del programa de estudios previsto.

Caracterización de la población

El grupo en Facebook: **“La Naranja Castrochavista”** fue creado por los administradores anónimos de la página en Facebook: **Movimiento Naranja 2.0**, en junio de 2017. Inicialmente la página se llamaba La Naranja Castrochavista 2.0, y emerge como medio alternativo con el objetivo de mostrar a la opinión pública un contrapeso a los medios de comunicación tradicionales que son manipulados por las élites del país. Como en el caso de RCN, uno de los tres canales de televisión privada que existe actualmente en el país, con radios, redes sociales y televisión, su dueño es el grupo económico Ardila Lulle que, a su vez, es dueño de la industria de bebidas Postobón, una de las más grandes empresas de gaseosas del país y varios ingenios azucareros, entre otras empresas.

El grupo cogió tanta ventaja entre la población local y nacional que fue objeto de comentarios a favor, entre otras cosas por su capacidad contestataria y por el hecho de nacer en el ámbito académico, así lo confirma un blog del periódico El Espectador en el cual se escrutan los efectos de esta iniciativa y las tendencias que ha generado entre la opinión pública nacional e internacional; al respecto este blog comenta: “La Naranja Castrochavista ha generado sentimientos encontrados: amores y desamores”, afirma además, que este grupo ha puesto a prueba la libertad de expresión, y que está integrado por un grupo de 10 personas en su mayoría estudiantes que con su peculiar estilo de participar en el debate político, prueban la juridicidad colombiana puesto que tendrá que balancearse entre los argumentos de quienes desapruueban la embestida contra la manipulación mediática, aduciendo excesos, y el espíritu libertario de la expresión y la opinión consagrados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (artículo 19).

El espacio virtual ocupado por el grupo en la página de Facebook, consolida un número cercano a los 200.000 mil seguidores o mejor dicho usuarios registrados en la página. Gracias a esto, sólo con que el 10% de personas en la página empiecen a publicar un Hashtag ya podrían crear tendencia nacional. Luego de un tiempo cambian su nombre a Movimiento Naranja por una encuesta realizada en la página y cada vez se creaban más tendencias; hacen alianza con otras páginas en Facebook para seguir fortaleciendo el medio alternativo y crean ARMA

Alianza Revolucionaria de Medios Alternativos para seguir organizando aún más los movimientos ciber activistas que se están creando en Colombia.

Sufren un cierre de parte de Facebook con motivo de denuncias masivas por incitación al odio. Afortunadamente la página creó un Grupo en Facebook de respaldo. Son personas que colaboran creando información como memes, imágenes o videos y también ayudan compartiendo en diferentes grupos y perfiles. Este grupo fue creado antes de su cierre para ayudar a revivir la Naranja en caso de que cerraran la página, se llama La Naranja Castrochavista.

Los jóvenes que serán objeto de esta investigación hacen parte de este grupo. Después del cierre de la página los administradores del Movimiento Naranja crean otra página llamada Movimiento Naranja 2.0 y los del grupo hacen el ejercicio de compartirla y compartir su contenido. Con más 100.000 seguidores, y siguen creando tendencias, haciendo reír con humor.

Marco Teórico

La influencia de las redes sociales en la vida pública ha ganado terreno y demuestra un poder subrepticio que manipula la confianza del cibernauta, invade el gusto o simpatía por personajes o estilos de vida y conduce a una especie de escepticismo que rompe con la tradición, las creencias, los dogmas y las anteriores o anticuadas tendencias en todos los aspectos de la vida humana.

Sobre las características influenciadoras de esta tecnología en la cultura y la conducta humana, los investigadores de la universidad de Oxford, Samantha Bradshaw y Howard Philip sostienen que: “La manipulación de la opinión desde las plataformas de medios sociales se ha convertido en una amenaza crítica para la vida pública.” (Bradshaw y Philip, 2018, párr. 1)

Redes Sociales aplicadas al poder público

Para ilustrar esta influencia, se observa que el campo de la actividad humana que más se beneficia del influjo en las redes sociales es la vida política, estructurada por grupos de adeptos y la dirigencia pública que se adueñan de plataformas con sus mensajes y noticias falsas logrando censura y control para sumar confianza de las instituciones y la sociedad (Bradshaw y Philip 2018).

Sobre la estrategia de redes utilizada por la clase política, los dos investigadores denuncian que “[...] el consumo de noticias es cada vez más digital, la inteligencia artificial, el análisis de Big data y los algoritmos de -caja negra- se aprovechan para desafiar la verdad y la confianza: los pilares de nuestra sociedad democrática” (Bradshaw y Philip, 2018, párr. 2).

La presencia de las redes sociales en la carrera presidencial es cada vez más decisiva, los ejemplos no se han hecho esperar; el caso más cercano de este *maridaje* entre redes del ciberespacio y política fue una práctica real en la campaña por la presidencia de Brasil para el presente año; en una especie de efecto persuasivo al cual se le han apuntado en gran mayoría la población joven votante, el candidato exmilitar y ultra conservador Jair Bolsonaro ha logrado

lo que sus oponentes quisieran tener: el respaldo de la inmensa mayoría de los jóvenes menores de 30 años.

Según el periodista Jesús Mesa, el éxito sin precedentes de este candidato se debe a su manejo efectivo de las redes sociales, a pesar de su discurso militarista. Mesa (2018) apunta al respecto: “[...] utiliza una estrategia que en 2016 le funcionó, por ejemplo, al hoy presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, para cautivar votantes cansados del establecimiento” (Mesa, 2018; párr. 3).

Adicionalmente, Mesa (2018) anota: las cuentas de Jair Bolsonaro sorprenden: en Facebook tiene 6 millones de seguidores; en Instagram 3,5 millones; y en Twitter 1,5 millones; utilizando un tono desafiante pero incluyente, permeado por patriotismo” (Mesa, 2018; párr. 7).

Asuntos contestatarios y posición crítica en el discurso político de la red Facebook

De forma similar, la política en Colombia tiene en las redes sociales un aliado que suma adeptos; dicha afirmación se evidencia tanto en la red social Facebook, así como en Twitter, puesto que el impacto del discurso o contra discurso polémico es masificado por el total de los contactos a los que llega su mensaje, estén o no en la red del político (Moguer; 2015; Pág. 111).

Esta característica de la Internet ha facilitado la multiplicación exponencial del discurso y sus connotaciones *polémicas* engendradas desde posiciones contradictorias a las propuestas de los candidatos presidenciales (asunto investigado en cuestión); y este *crecimiento* de la audiencia tiene una explicación en las publicaciones de los miembros de una red social que no solamente son visibles por sus contactos, lo es también para los contactos de su red si estos lo deciden; así, su discurso llega a mucho más público, lo que puede ser una ventaja. (Moguer; 2015; Pág. 111; párr. 1)

Extrapolando la realidad política nacional y su afectación con el uso de las redes sociales, se observó cómo algunas circunstancias del lenguaje controversial en el debate político es un modo de informar, y se ha heredado de la sociedad brasileña, que marca diferencia al nacer de la desconfianza y desilusión hacia los entornos políticos; así las cosas han surgido grupos de

resistencia los cuales desnudan las verdades de los candidatos y muestran con hechos o con falacias los pecados “ajenos” a los que se exponen ya que en su mayoría pertenecen a partidos políticos que han perdido credibilidad, además de que entre sus representantes existen quienes purgan prisión o se aprestan a investigaciones judiciales; aquí nadie se salva de la crítica de la cual se valen los grupos contestatarios.

La opinión pública exacerbada en los micro debates virtuales

Como resultado de las discusiones y polémica suscitada al fragor del intercambio de opiniones frente a los procesos electorales, y en específico en las elecciones presidenciales de 2018, en las audiencias constreñidas por el Facebook, se puede decir que para mal o para bien se ha creado el espacio para moldear o persuadir la opinión ciudadana, un elemento resultante de la retórica para el convencimiento doctrinal, que puede ser cruz o salvación de los políticos.

Michel de Montaigne en el siglo XVI fue uno de los primeros en usar la opinión pública como modo de definir esa realidad como "una fuerza social capaz de rechazar ciertos vicios execrables como la pederastia; o como un "auténtico juez quien decide qué actos o conductas están bien o cuáles mal" (Fernández Sebastián y Capellán, 2008 en Moguer 2015, Pág. 173).

La opinión pública, según la anterior afirmación, no sólo deviene de la iluminación del pensamiento humano luego del medioevo, sino que según Monzón (1983), desde finales de la Edad Media hasta la segunda mitad del siglo XVIII se sucedieron una serie de acontecimientos que poco a poco fueron cambiando la mentalidad y prepararon, en lo que a opinión pública se refiere, la toma de conciencia del fenómeno así como el papel que podría jugar en la sociedad; es por eso quizá que las manifestaciones de inconformidad del ser humano se concentraron en la formación de una especie de conciencia social, “implementada en la opinión pública como fuerza moral y crítica”. (Monzón, 1983; pág. 81)

Pero aún hay más en los orígenes del debate público que dieron origen a la confianza provista de la razón obtenida por uso de la opinión ciudadana, ya que Nicolás de Maquiavelo, en *El Príncipe*, clasifica la comunicación del gobernante hacia sus gobernados en dos corrientes la buena imagen y la manipulación de la opinión pública a su favor, con tal de mantenerse en el poder.

Por su lado en el período de la Ilustración, Jhon Locke en el siglo XVIII, habla de habla de la ley de la opinión, con importancia semejante a la ley divina y a la ley estatal, consistente en “la idea que de uno tienen los demás”, cuyo control social indirecto es más eficaz que la censura formal bajo amenaza de sanciones eclesiásticas o estatales» (Habermas, 1981; en Monzón, 1983; pág. 86)

Locke, piensa que el poder proviene del consentimiento voluntario de los gobernados, es decir, que la soberanía es popular, y que la propiedad privada es un derecho natural del hombre postulados ambos fundamentales del liberalismo). En este pensamiento radica gran parte de a libertad de opinión y las bases de una democracia basada en el Estado de Derecho (S. Giner, 1975; en Monzón, 1983; pág. 93).

De acuerdo con los principios anteriores, la formación y funcionalidad utilizados para la defensa de la opinión pública es el punto de partida del debate polémico suscitado en la red social de Facebook; desde un punto de vista crítico, Habermas (1981) señala que: «opinión pública» significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica en relación a la notoriedad pública normativamente lícitada del ejercicio del poder político y social, o como una instancia receptiva en relación a la notoriedad pública, «representativa» o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programas.

Por su parte, Elisabeth Noëlle-Neuman (1995) plantea el dilema entre una opinión pública que, desde la racionalidad, participa en el proceso de formación de la opinión y toma de decisiones en una democracia y, por otro lado, una opinión pública que se muestra como una forma de control social con el objetivo de promover la integración social y acreditar la existencia del oportuno nivel de consenso sobre el que sustentar las decisiones.

En su obra *La espiral del silencio* la opinión pública es «aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones, y en la cual puede fundarse la acción llevada adelante en público» o como «el acuerdo por parte de los miembros de una comunidad activa sobre cualquier tema con carga afectiva o valorativa que deben respetar tanto a los individuos como a los gobiernos, transigiendo al menos en su comportamiento público, bajo la amenaza de quedar

excluidos o de perder la reputación ante la sociedad». Principio fundamental del cual se valen los grupos activistas de la red social Facebook, cómo el caso de La Naranja Castrochavista.

Por su parte, estos algunos autores del discurso polémico han construido una visión irracionalista, este concepto originado por Mejía (2007) da claridad sobre la faceta de la opinión pública que más fuertemente adquiere categoría de presión social; es la que surge de prejuicios irracionales e intransigentes, escasamente basados en la realidad de los hechos y sin embargo comúnmente compartidos por la mayoría de la comunidad de modo visceral.

Esta interpretación ha sido sostenida por autores temporal o ideológicamente tan dispares como Maquiavelo, Locke o Stuart Mill, los cuales, en la totalidad o parte de sus escritos, no dudaron en describir la “Voz del Pueblo” como ignorante, egoísta, caprichosa, voluble, intransigente y al mismo tiempo fácil de manipular. Autores del discurso polémico como Walter Lippmann y Elisabeth Noelle-Neumann (La espiral del silencio), entre otros defienden este planteamiento.

En complemento de los anteriores planteamientos relacionados con la actualidad del discurso polémico, sus efectos y cultura mediática, la investigadora Teresita Vázquez Ramírez (2014), aporta un interesante análisis sobre a estructura polémica del discurso político, caracterizado por el entrecruce del discurso conflictual; la investigadora influenciada por las teorías de Amossy (2010), referencia este proceso con una dinámica donde se imponen elementos del anti discurso como la polarización, dicotomización y descalificación del adversario, escenarios de discusión que van en contravía del principio del Ethos.

Facebook la red social facilitadora

El poder de las Redes Sociales irrumpe el sentido de la comunicación y su eficacia se ve revertida hacia los intereses mercadológicos tanto de la gran industria como dentro de la maquinaria política. Jamás se ha visto tan influenciado el ser humano por la inteligencia artificial del ciberespacio; influenciado por la exposición de contenidos el cerebro humano recurre a su capacidad flexible y adaptativa.

Referente a la anterior apreciación Ascencio (2011) alerta sobre los efectos de las redes en la mente humana, sosteniendo que:

[...] existen numerosas evidencias de que cualquier tecnología que incida en nuestra manera de conocer provoca, asimismo, cambios en la valoración de los contenidos y en la forma de pensar, por lo que cabe preguntarse por la incidencia de cuanto supone el actual uso de la Red en la mente de los sujetos y, en particular, en la de los niños/as. (Ascencio, 2011; p. 1)

Es evidente entonces que la cualidad de la neuro plasticidad incide en el aprendizaje y en el posterior comportamiento humano.

Al respecto Ascencio (2011) alerta que: “[...] determinadas habilidades cognoscitivas se vean potenciadas y otras, por el contrario, inhibidas en función de los instrumentos o medios empleados para adquirir conocimientos” (Ascencio, 2011; p. 1).

Los agentes que modifican la neuroplasticidad cerebral podrían entonces influir no solo en la capacidad del aprendizaje, sino la adaptación a los diferentes discursos provenientes de *noxas* de la tecnología virtual.

Acicates de la Tecnología del Internet

Por su lado, este aconductamiento o amaestramiento es parte de la economía del internet, recordemos que el modelo económico del ciberespacio mueve sus intereses en las Redes Sociales y su mayor valor agregado no es la política, ni la salud, ni menos la educación; su poder se enfoca en el *marketing*, una especie de cobija que cubre todo, desde el consumo alimenticio, pasando por el *fitness*, la cultura, el turismo, el medio ambiente, para desembocar finalmente en el poder político.

El ingeniero y filósofo español Alejandro Bonilla (2017) reflexiona sobre el poder económico que enriquece las redes en el ciberespacio:

“no es que las redes sociales directamente influyan en la Economía, es lo que se vende dentro de ellas, todas las redes que son gratis se lucran de tu información, esta información sirve para analizarte como una “vaca” cuya leche que produces es tu poder de compra. (Bonilla, A, 2017, párr. 1).

Es allí, en esta compleja relación entre el orden jurídico y constitucional de los gobiernos, con raíces en la Internet donde los grupos sociales disponen de algo que nunca tuvieron antes: el espacio para poder expresarse, así no sea con la verdad, pero si con su sentido de juzgamiento y crítica, sino que forma opinión pública que se refleja en el acompañamiento o no de una bandera política, de su descontento con los medios de comunicación formales o por el desencanto con el ultraje de los derechos civiles.

Según Bonilla (2017) el fenómeno crece en la medida en que millones de cibernautas depositan sus datos y su identidad con la confianza de quien paga por un producto que viene sellado. Pero para sorpresa de todos, la suma de todas las identidades recaudadas por las plataformas dominantes: Facebook; Twitter; LinkedIn, e Instagram, ha generado toda suerte de problemas, pues se convirtieron en un mercado persa para las diversas industrias que manejan la tecnología del Big Data y recurren a la información de los desprevenidos seguidores, para *moldear* la imaginación y uniformar almas, gustos, principios y anhelos. Algo que no se dijo cuándo se registra como usuario de la red.

Desde aquí se define el nuevo medio, sus efectos con el uso colectivo y su importante poder de convicción en los imaginarios ciudadanos.

Imaginarios

Este tipo de condición colectiva, *imaginario ciudadano*, fue definida por Cornelius Castoriadis como “actos simbólicos que dan sentido a la sociedad”. Este investigador califica la sociedad como una institución constituida por significaciones imaginarias sociales que le dan sentido a todo y obedecen a principios como los de existencia, pensamiento, valor y acción. (Castoriadis, 1997, p. 6).

De igual forma este autor asume que la imaginación es una *función* del alma, que consiste en

transformar la masa y energía en cualidades; así mismo afirma que la potencia creadora de la imaginación se basa en lo inesperado, lo discontinuo, en el salto; sin embargo, el investigador propone un nivel de coherencia en las instituciones y las significaciones imaginarias sociales (Castoriadis, 1997).

Este nivel de coherencia está fundamentado con relación a las características y principales impulsos de la sociedad considerada. Por tal motivo es posible que el discurso juvenil en las redes sociales sea de corte contestatario asumiendo una especie de coherencia entre el imaginario juvenil universitario como entidad social que califica desde sus contextos imaginarios, los asuntos sociales, políticos y mediáticos conforme a sus desaciertos y su cultura observada como la cuna de la corrupción.

Según Quintana (2011) la Red de Internet por excelencia desde el punto de vista del imaginario social, y que posee el valioso feudo de acaparar más de 2.047 millones de usuarios activos mensuales, es el Facebook, una plataforma de mensajes, video, audio y publicidad, donde se puede convocar, invitar, estudiar, convenir acuerdos, y desde otras orillas provocar e incitar; una red que ha servido para la manipulación de los imaginarios sociales que parten desde el “me gusta” la publicación escogida, hasta el rechazo de posturas, opiniones y personajes.

En dicha red se identifican grupos de usuarios que tienen en común aspectos de la cultura, idiosincrasia o color político; es desde este gusto por lo que imaginariamente es aceptado como válido que se configuren guetos juveniles, o grupos de ciudadanos jóvenes que se identifican con estilos y subculturas Quintana, (2011).

“Los ciber grupos sociales arrastran opinión con vínculos asociados a la oposición de filosofías políticas desgastadas por el continuismo o por personajes oscuros que tienen deuda con la honestidad y la pulcritud en las decisiones que afectan la ciudadanía votante” (Quintana, 2011).

De hecho, esta actitud de grupo es la resultante del cansancio por las condiciones de vida de los cientos de estudiantes, de la misma información obtenida en las redes conforme se crean escenarios de debate sobre temas de interés nacional, y de que los jóvenes sean tratados como el problema y no como la solución (Quintana, 2011, p. 9).

De esta manera, la red facilitó el espacio para que la juventud manifieste su inconformidad y obtenga seguidores que se identifican con el poder del cambio y de consolidar cierto marco ético y moral que todos aplauden, pero pocos cumplen.

Son estas reglas tácitas de la moral social, las que marcan el gusto innovador o (como llamaría un adulto) gustos raros, que atraen a los jóvenes, quienes en últimas se identifican por poseer rasgos similares de conducta y comportamiento; así no sea el carácter ético aceptado y pactado por la sociedad, (evidencia de ello son los tatuajes, los piercings o las conductas sexuales que van en contravía de creencias, dogmas religiosos y pactos morales de la sociedad) (Quintana, 2015, p. 2).

Al respecto el economista y político chileno: Manfred Max Neef, (1993) aporta un interesante concepto que analiza la red social Facebook como “potencial medio generador de satisfactores a necesidades axiológicas del ser humano”. Un aspecto interesante dentro de lo que el pensamiento joven considera como moral a seguir, puesto que podría ser que, la juventud busca con las redes imponer su imaginario de conducta, así no esté conforme con la moral social, lo cual en palabras del investigador chileno: esta red “afecta la configuración de la realidad social de los sujetos de una comunidad” (Max Neef, 1993).

Esto nos lleva a colegir que la red es una generadora de imaginarios virtuales a seguir por el público juvenil, dosificado por algunas tendencias, solo que, en la práctica, a no ser que exista una intención mercadológica que involucre sectores y medios, estas prácticas no fijan edades para sus mensajes de convicción, puesto que este servicio cubre todas las capas sociales y no restringe sus doctrinas.

A lo largo de los planteamientos hechos del referente teórico en la presente investigación se ha hecho fundamento en el análisis de las siguientes categorías: La tecnología de la Internet; La influencia de las redes sociales; doctrina universitaria contestataria; neurociencia como elemento biológico y las *noxas* de la mente humana; la filosofía de la Noosfera como utopía de la mente humana; la sociología del poder público; y finalmente La Red Social Facebook como factor de manipulación mediática en el proselitismo.

Finalmente, esta investigación aporta un referente contemporáneo de gran utilidad en el análisis en la construcción imaginaria de ciudad; para ello el profesor y filósofo de la Universidad Externado de Colombia: Armando Silva, ha invertido gran parte de su intención dialéctica, argumentando que la urbe es una resultante de lo que los seres humanos perciben sobre sus espacios de convivencia social; al respecto Silva (2015) reflexiona:

“La ciudad imaginada es una construcción social, es la percepción de la ciudad por parte de un grupo de personas, lo cual también puede entenderse como un punto de vista. Por ejemplo, una calle puede ser percibida como peligrosa para las mujeres, pero no para los hombres” (Silva, 2015; párr. 4).

Si bien es cierto que el autor afirma acerca de la ciudad imaginada como ejercicio perceptual desde un colectivo que no identifica a la mayoría, lo cual crea la heterogeneidad social, ya que establece claras diferencias desde la transversalidad de la cultura, también lo es que en particular la doctrina política ahonda esta diversidad lo cual en la práctica real genera controversia y enfrentamiento, o ¿qué sistema mundial no ha tenido históricamente incidencias en la vida humana que le han creado división, enfrentamiento y corrupción más que la política?.

De esta característica cambiante de los imaginarios sociales Silva (2015) sostiene que dichos actos de imaginar ciudad no son “manipulables” debido a que cambian o se transforman de un momento a otro; además porque los imaginarios se refieren a la percepción ciudadana, y vienen de todos lados: de los medios, de la literatura...en ejemplo a lo anterior dice el autor que:

“Uno podría diseñar una campaña de publicidad para decir, por ejemplo, “Venga a Pereira, la más bella y la más segura.” A partir de la campaña, uno podría generar un cambio, pero no tan significativo. Los imaginarios cambian mucho. Por ejemplo, la campaña puede ser exitosa en posicionar a la ciudad como segura, pero luego ocurre un crimen y se desatan otra vez los temores (Silva, 2015; párr. 7).

En complemento de lo afirmado por este autor, las redes sociales, que son una fuente de imaginarios propios y ajenos, presentan afinidad con el discurso contestatario, que además está determinado por el aspecto conductista de la manipulación emocional, lo cual se refleja en imaginarios de odio, violencia y psicopatías.

En ese mismo sentido se hizo natural la influencia de las redes (ciber-manipulación) de los ideales políticos que tratan de influir con su discurso a las masas que, paradójicamente

responden al llamado, pero esta vez con el aliciente de poder “participar” en los debates y opinar sin censura. La cuestión está en que, si en la era de las Redes Sociales, éstas son la herramienta idónea de la que se sirven para conseguir más fácilmente su objetivo. Su valoración y calificación no basta como insumo de investigación ya que esta tecnología adiciona a su innovación permanente la capacidad de despertar pasiones, fervores capitalizados por los partidos políticos.

Como un elixir a la confusión entre el buen uso de las redes y la práctica nociva influenciadora de la política y la democracia en las redes sociales, Silva (2015) postula que: el propósito no es entrar a definir un cosmos físico, sino comprender algo más abstracto como lo que tiene que ver con el uso e interiorización de los espacios y sus respectivas vivencias, por parte de unos ciudadanos dentro de su intercomunicación social.

Con lo cual queda claro que la función social de las redes es facilitar la comunicación de la ciudadanía como un sentido intangible de puesta en común para una conciencia universal, (retomando la definición de noosfera).

“Esto significa que la ciudad se mueve, se transforma, habla, cambia y se configura, no tanto por sus espacios físicos, como por sus habitantes. Por lo tanto, hay que reconocer que la ciudad también es un escenario de lenguaje, de sueños, imágenes, esculturas y variadas escrituras. Armando Silva lo afirma diciendo que la ciudad es la imagen de un mundo, pero también del modo contrario: “el mundo de una imagen, que lenta y colectivamente se va construyendo y volviendo a construir, incesantemente” (Silva 2015, p. 1).

Para aproximarse un poco al método utilizable en la búsqueda e identificación de imaginarios urbanos se ha recurrido a la teoría de Silva (2015) que ayudará a orientar la búsqueda investigativa. Al respecto dicho autor refiere en primera medida la definición de “ser urbano”, afirma que esta definición no se limita a la condición material de quienes habitan la urbe; por el contrario, define el imaginario del ser urbano como algo más abstracto, “[...] como aquello que tiene que ver con el uso e interiorización de los espacios y sus respectivas vivencias, por parte de unos ciudadanos dentro de su intercomunicación social”. (Silva, 2015; p. 12).

Este entendimiento conduce a plantear un método para identificar los imaginarios observados en las dinámicas utilizadas por el grupo virtual analizado en la presente monografía de investigación.

En tal virtud se tiene que los patrones para la identificación de imaginarios colectivos en torno al discurso político utilizado en la red social de Facebook, tiene de especial que no necesariamente incluyen lugares icónicos de la gran ciudad y las formas cómo la sociedad la imagina no para sus usos, sino para identificación de sus expresiones culturales; por tal razón, en el campo del internet se crea una diferencia importante con relación a los imaginarios urbanos, y que ayudará a discernir el *corpus* de la investigación, consistente en reconocer las abstracciones mentales que influyen y responden a la crítica del uso de las redes sociales para la consolidación del proselitismo, utilizando en muchos casos la falacia y el ataque al opositor. De acuerdo con esto no sólo se identificará el *color* del discurso utilizado por el debate público en Facebook, sino las expresiones y su carga crítica hacia el uso inadecuado de los medios y el internet.

Imaginario Político

En torno a los conflictos de naturaleza política y su íntima relación mediática para la consecución de sus fines proselitistas en sociedades confusas y polarizadas, la postura de la politóloga Chantal Mouffe (2005), se radicaliza y reflexiona sobre los cambios sugeridos a los actuales sistemas de gobierno, señalando de incapaz la actual forma de ejercerse la política; su pensamiento establece que lo político es generador de antagonismo social, es decir una capa que cubre toda la sociedad generando conflicto y desencuentro, aduce esta investigadora que: “la dimensión de antagonismo es aquella donde no es posible reconciliar[...]”, una realidad que va en contravía de la propuesta liberal donde todo se mira desde un enfoque progresista y pluralista.

De acuerdo con lo anterior, es visible cómo las redes sociales son el medio para exacerbar dichas diferencias, que como afirma Mouffe (2005, p. 5): “[...] es allí donde no podría existir nunca una solución racional a los antagonismos”.

La propuesta de esta autora y su relación con la presente investigación se enmarca en el rescate de los valores democráticos que paradójicamente encuentra en las tecnologías de la información un modo de expresión y gana adeptos por características de inmediatez, participación abierta, susceptible a evidenciar los hechos y las narrativas volviéndose más democrática; pero que cada vez genera mayor conflicto y manipulación de los imaginarios políticos de la sociedad.

La politóloga belga describe la problemática de la cultura democrática mal definida e implementada; con sus debilidades en el camino de la concertación y deliberadamente conflictiva en sus intereses individuales, mediante la siguiente reflexión:

“En mi opinión, la creencia en la posibilidad de un consenso racional universal ha colocado al pensamiento democrático en el camino equivocado. En lugar de tratar de diseñar instituciones, que reconcilien los valores e intereses en conflicto, la tarea de los teóricos democráticos, la creación de una esfera pública vibrante de lucha agonista donde puedan encontrarse diferentes proyectos hegemónicos” (Mouffe, 2005; p. 6).

Es claro que la pensadora sugiere un cambio en la valoración del acto de hacer política, pues pone sus ojos en la capacidad conflictiva del ser humano expresada en el poder político, y cómo según su fórmula agonista, es posible la superación de muchas de las controversias suscitadas en la lucha por el poder y la dominación de un Estado.

La profesora Mouffe critica las teorías tradicionales de la democracia y demuestra cómo debido a su falta de reconocimiento de lo político en su dimensión de antagonismo y del papel central que juegan los afectos, en la formación de identidades colectivas, son teorías incapaces de entender el desafío al cual se enfrenta la política democrática hoy en día: crear las condiciones de un orden pluralista.

Es por esta posición crítica que las redes y toda su funcionalidad pragmática encuentra en dicha irracionalidad, en la solución del conflicto político, el caldo de cultivo para el origen de varios escenarios post políticos entre ellos la polarización y división de las diferentes tendencias ideológicas de izquierda, centro o derecha en los claustros universitarios, por ejemplo, bastiones de la resistencia en oposición hacia los gobiernos y su hegemonía.

Ahora se puede percibir un deterioro de la palabra político ya que es asociada a las personas encargadas de “representarnos” las cuáles son elegidas por voto popular, y quienes se encargan de administrar los recursos de todo un pueblo pero al parecer estas personas gobiernan más para sus familiares y amigos, mantienen en una constante búsqueda de continuidad en el poder para cambiar las leyes a su conveniencia, se llenan la boca diciendo que están en una búsqueda constante de una mejora para todos; todo esto a pesar de que cada ser humano al poseer un pensamiento racional es un ser político no importa si es una ama de casa o el conductor de un autobús, todos estamos preparados para tomar decisiones y hacer que quienes nos representen tengan en cuenta nuestra voz y cumplan con lo que la mayoría de la sociedad solicita, lastimosamente esta sociedad ignora el poder que tenemos como individuos y no nos percatamos que por medio de nuestras acciones se representa la labor del ser político.

Personalmente pienso que, el ser político es brindar un cuidado a una sociedad, ver las capacidades de los demás y animarlos a fomentarlas, buscar siempre una mejora constante para todos, pues ya que este tipo de persona no existe porque no estamos preparados para dejar a un lado nuestros propios intereses, se debe acudir a la creación de leyes para mantener un orden en la sociedad la cuál cambia y cada vez con mayor velocidad de aquí nace la necesidad de un cambio continuo en las leyes para considerar los cambios de la realidad, aquí es donde entraríamos como sociedad a actuar como seres políticos ya que nuestra voz debe ser escuchada al momento de crear las leyes que nos regirán a todos, así nos aseguraremos de quienes trabajan para el gobierno nos cumplan, ya que son empleados que están para administrar lo que es de todos. La política es mirar hacia el futuro de manera colectiva como institución que busca en el desarrollo de sus mismas propuestas, sin importar si deben ser o no reformadas una solución para lograr el objetivo de construir una mejor sociedad.

Ciberciudadano

El presente documento obliga necesariamente a entender, lo hace que la fusión entre el imaginario social y las tecnologías del ciber-espacio; o lo que la ciencia ha significado como la

virtualidad, gane valor diferencial sobre los medios de comunicación y se erija como una tribuna pública de libre acceso dentro del marco del poder de movilidad ciudadano. Parte del estudio acerca de la socio-cibernética como ciencia moderna, cuyo entronque principal vincula el vertiginoso crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación, con los fenómenos y tendencias de la sociedad actual; está cimentado en el poder del cambio suscitado por la conjunción entre el bio-desarrollo, la neurociencia y las tecnologías híbridas (medios masivos + redes sociales), que dan opción de contacto entre seres de similares costumbres culturales, nutriendo, el tácito mundo del ciberespacio que a su vez configura el cambiante imaginario social.

Por tanto, estamos de pie ante el abismal mundo de la interactividad pura, el correo postal dejó de existir, y dejó este mundo para renacer en la inmediatez del correo electrónico, base de los mensajes de chat, que además de gozar del sentido anónimo, tienen la facilidad de sumar “me gusta”, en cada mensaje.

Lo primero por discurrir es que el ámbito de la Internet es un espacio imaginario con un lenguaje específico moderno apropiado por la inteligencia del joven, es posible que “ellos”, se ubiquen en el conocimiento profundo de las tecnologías virtuales, tienen la ventaja que les otorga el dominio de la técnica y sus innovaciones, que son saberes aprehendidos desde la niñez y la juventud. Lo cual les convierte en aventajados del metalenguaje utilizado en las redes sociales.

Todo esto para anunciar el paso que históricamente se dio al entender que el ciberespacio es un imaginario de la inmediatez y el contacto sin límites, que agiliza la retroalimentación, y que cada vez más, las respuestas son originadas en muchos casos por la robótica y la inteligencia artificial; el resultado de esta nueva forma de comunicar y ser comunicado aún no se ha visto y la incertidumbre de su uso está aún por venir, para dar un paso más en la cadena de la evolución del ser humano.

Al respecto la filósofa argentina Gabriela Palazzo, en su ensayo: “Juventud, discurso y medios de comunicación” (2.012) plantea sobre el imaginario juvenil que:

[...] sin dudas entiendo que sí, en cuanto comenzamos por comprender que no existen las relaciones humanas ni la cultura sin un discurso que les de sustento y sentido; que vehicule, reproduzca o genere valoraciones e ideologías en las que –en este caso- los jóvenes son ubicados, imaginados y de este modo, ocupan un espacio dentro de la memoria social en el corto o largo plazo (Palazzo, 2.012; párr. 2).

Esta es una descripción adecuada de los sujetos jóvenes que conforman y dan vida virtual a los grupos virtuales, pues esta caracterización se ajusta al perfil juvenil.

Esta investigadora también analiza la comunicación relacionada con la situación discursiva, la representación de la realidad subjetiva, percibida por el ser joven; y las situaciones sociales de comunicación; al respecto sostiene que:

[...] se articula sobre las problemáticas comunicacional y representacional. El objeto es heterogéneo, empírico y sujeto a las condiciones situacionales de producción de lenguaje (el discurso periodístico, la interacción en los nuevos medios de comunicación, etc.). La orientación del objeto es contextual y el abordaje es tanto descriptivo como interpretativo de las representaciones sociales, creencias e ideologías en torno al ser joven en cortes diacrónicos y sincrónicos de los discursos” (Palazzo, 2.012, pág 5).

Posiblemente los jóvenes influenciados por el mensaje periodístico y sus noticias, pero con la ventaja de asumir un discurso determinado, y encendido en la crítica que como sostiene la investigadora referenciada,

“los jóvenes que usan el chat como medio de comunicación pertenecen a las comunidades lingüística, discursiva y cibercomunidad por estar integrados simbólicamente en su función de comunicar y por codificar su discurso en el contexto de un género con soporte digital” (Palazzo, 2.012).

Como puede observarse, el valor simbólico del uso del chat tiene que ver con cuestiones de identidad generacional, de transgresión de las normas y de diferenciación del mundo adulto.

Esta realidad virtual existe dentro de la misma realidad cotidiana, pero en la cual la realidad no se reduce solo a lo virtual, Pierre Levy distingue tres estados alternos a lo virtual: lo actual, lo real y lo posible. La cibercultura se basa en las ventajas y desventajas de la libertad, la posibilidad del anonimato y los derechos y deberes de los ciberciudadanos.

Los ciberciudadanos al estar dentro de la cibercultura, la cual tiene también sus maneras de hacer y de ser, deben cumplir con lo establecido dentro de la virtualidad, es decir que los ciberciudadanos son todos aquellos usuarios de los nuevos medios de comunicación que ejercen un papel fundamental a la hora de retroalimentar los medios teniendo una constante interacción con los contenidos que están en auge en el contexto y en el mismo tiempo que surge en la realidad cotidiana, los ciberciudadanos son personas que mantienen informadas sobre lo que está sucediendo no solo en su contexto sino también en lugares lejanos, pero también debe estar atento a las posibles informaciones falsas ya que la virtualidad nos permite generar una conciencia colectiva.

El ciberciudadano se expresa por medio de la virtualidad y es allí donde encontramos la diversidad de lo humano, por eso es el encargado de transformar la realidad por medio de la cibercultura.

Entonces se tiende que para la identificación de los imaginarios y abstracciones hechas como resultado de la influencia del discurso proselitista, se procederá a identificar y caracterizar actores en orden de importancia dentro de la carrera presidencial, actores y discurso de los usuarios de Facebook (página virtual: La Naranja Castrochavista); así como la descripción semántica del discurso y las diversas retaliaciones en las discusiones surgidas en uno y otro bando; es importante también que en esta descripción se tenga el horizonte psicológico (algunas patologías) que podrían dar cierta información sobre la conducta y patologías comportamentales de este grupo que utiliza el anonimato para su dinámica. Este compendio de imágenes y abstracciones permitirá explicar tanto motivaciones, contextos y discurso utilizados en la interacción del grupo virtual La Naranja Castrochavista.

Diseño Metodológico

Tipo y diseño de investigación

La naturaleza epistemológica de la presente investigación, que versa sobre el análisis de las estrategias discursivas utilizadas por el grupo virtual: La Naranja Castro Chavista, en la red social Facebook y su influencia en los imaginarios políticos de los ciber-ciudadanos y las elecciones presidenciales de Colombia 2018, enfocará su metodología hacia el estudio descriptivo del fenómeno social citado; con este propósito se seleccionó un grupo virtual que oculto en el anonimato hace *práctica* en las redes sociales: Facebook y Twitter con el pseudónimo de: “La Naranja Castrochavista”; una página web, cuyo espacio multimediático, facilita la discusión, disenso y retórica para convencer, logrando generar opinión pública, estimulando a la participación, igualdad y derecho a la réplica.

Por lo anterior, el enfoque de esta investigación es cualitativo en razón a que busca analizar el problema, mediante la interpretación y comprensión hermenéutica de los discursos procesos y resultados de la observación sobre algunos aspectos de y la influencia de la página en las decisiones del electorado.

Con referencia a lo anterior y por los objetivos planteados en la presente investigación, el producto a obtener será un estudio descriptivo, explicativo y evaluativo, en razón a que da cuenta de un proceso interpretativo sobre un fenómeno socio-discursivo transversal a la informática; como sustento teórico de la anterior afirmación, Hernández, R y otros (1998) señalan que “la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

En igual sentido Hernández, (2006, p.63) señala que: “la investigación descriptiva se caracteriza por realizar una determinación sistemática y precisa de las distintas formas de presentarse las características individuales en diferentes tiempos y lugares”. Por tanto El análisis del fenómeno en mención, así como el estudio juicioso de las variables que constata y evidencia la evolución de dicho imaginario social, tiene en el presente ejercicio investigativo,

tiene un carácter cualitativo, que como ya dijimos, puesto que busca dar respuesta a la identificación de imaginarios políticos los objetivos relacionados con las motivaciones, el cómo y en el discurso utilizado en la gestión mediático que tuvo lugar en la gestión coordinada por el grupo virtual a través de “La Naranja Castro Chavista”, para las elecciones presidenciales del año 2018 en Colombia y cuya explicación será el objeto de análisis del presente estudio que en gran parte compila las teorías reina de los fenómenos conducentes al entendimiento de las motivaciones del acto polémico hacia el ejercicio político en la nube.

En este capítulo entonces, se recogerá con rigor y disciplina la información que dará sustento a los objetivos propuestos, teniendo en cuenta el factor funcional de la red Facebook, y los procesos virtuales multimediáticos facilitadores de la conexión inmediata y abierta que consta de los comentarios e intervenciones discursivas entre fans y usuarios de páginas web o en la red social Facebook y Twitter, donde ocurre el intercambio de mensajes del grupo La Naranja Castrochavista.

El estudio se clasifica como **investigación cualitativa descriptiva**, ya que busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en hacer predicciones.

Datos relevantes de la metodología

Etapas del proceso investigativo de carácter cualitativo descriptivo

El desarrollo del trabajo se realizará teniendo en cuenta las siguientes etapas, de acuerdo con Tamayo (1999) para este tipo de investigación:

- Definir en términos claros y específicos qué características del discurso
- Cómo se estructuran los discursos, y escenarios de dialogicidad
- Recoger los datos de las redes mencionadas Facebook
- Informar apropiadamente los resultados.

Población o grupo objetivo

Administradores y usuarios de la página en Facebook y Twitter; colectivos universitarios, que conlleva a conocer los discursos que estos personajes relatan de su experiencia como usuarios del grupo explorado.

Muestra

La técnica aplicada para la recolección de datos, arrojados por la muestra en estudio se aplica mediante un análisis descriptivo para conocer la estructura de los discursos manejados en la página por parte de los usuarios frente al movimiento Naranja Castro Chavista y su polémica participación en la segunda vuelta electoral para la presidencia de 2018.

Se analizará la información que surge del uso de la página para lograr una aproximación al discurso usado por ellos, para la recolección de la información se utilizaran 10 post o publicaciones que fueron elegidas de manera aleatoria en el tiempo estipulado entre la primera y segunda vuelta electoral que fue desde el 27 de mayo de 2018 al 17 de junio de 2018.

Descripción de la población usuaria

- Propietarios de la página
- Creadores
- Usuarios
- Estudiantes universitarios
- Ciudadanía en general
- Personajes de la política

Caracterización de variables

Cinco variables dependientes, relaciones interpersonales, identidad, Facebook y sus posibles consecuencias a futuro, Facebook como herramienta para la comunicación y Facebook como adicción a la polémica.

Instrumentos

En primera instancia se realizará un análisis descriptivo: consistente en examinar la página de Facebook del Movimiento Castro chavista, durante la primera y la segunda vuelta de elecciones presidenciales. Mirar las temáticas tratadas, el abordaje, las características de las publicaciones, el uso de imágenes o memes, el tipo de lenguaje usado, los comentarios, con el fin de establecer cuál es la estrategia comunicacional usada por la página y cuál ha sido la respuesta de sus participantes.

En igual sentido se realizará caracterización de la página oficial con la caracterización discursiva y visual descrita en los pantallazos, así como el historial que reduce la investigación a la temática de campaña para la segunda vuelta presidencial 2018.

Luego de la citada caracterización se podrá discernir, con la identificación de discurso, la calidad de los mensajes y sus contenidos para lo cual se ha creado la siguiente clasificación de tipos de discursos:

TIPO DE DISCURSO	DEFINICIÓN
De seguimiento	Usuarios con doctrina y defensores de banderas políticas.
Opositor	Usuarios no seguidores y que descalifican sus adversarios políticos.
De confusión	Se observa claramente un lenguaje tosco e irrelevante
Discurso de persuasión	De aquellos participantes que inducen al seguimiento de candidatos específicos.
Otros recursos lingüísticos	Identificados en la sistematización y análisis.

Contenedor de indicadores a explorar

- Discurso manejado en las publicaciones.
- Lenguaje visual utilizado.

Temporalidad

El proyecto se basará en las publicaciones realizadas entre la primera vuelta electoral realizada el 27 de mayo de 2018 y la segunda vuelta que fue el 17 de junio de 2018 se eligió esta temporalidad ya que en este tiempo se encontraba en un momento efervescente el tema de las elecciones presidenciales de Colombia 2018.

CAPÍTULO 2

Análisis del discurso de La Naranja Castrochavista

FICHA 1


3/06/18

Estrategia Discursiva

La publicación es una noticia la cual es tomada como un argumento para incitar al discurso opositor.

Análisis del Discurso

El discurso que se promueve por medio de esta noticia es el de incitar a los opositores e incluso a los ciber-ciudadanos que tienen un discurso de seguimiento a fin con esta campaña electoral a que se informen sobre los posibles cambios políticos que conllevaría elegir a este candidato.



Ciber-ciudadano

Las reacciones de los ciber-ciudadanos van cargadas de un discurso opositor y de confusión, donde se muestra de acuerdo con la publicación de la página.

Imagen de Prensa

Denotativo

En la imagen se pueden observar a dos personas, vestidas con trajes y manteniendo una conversación.

Connotativo

En la imagen se puede ver dialogando a dos de los personajes políticos pertenecientes a la campaña política de un partido que quiere realizar cambios políticos si lograr ganar las elecciones

Tipos de Discurso Utilizados

- Discurso de Persuasión
- ✓ Discurso de Opositor
- ✓ Discurso de Confusión
- Discurso de Seguimiento

FICHA 2

2/06/18

Estrategia Discursiva

La publicación lleva un discurso de seguimiento hacia un tipo de política.

Análisis del Discurso

El discurso de esta publicación hace un referencia a un personaje político Colombiano muy famoso que quiso cambiar la historia del país y fue asesinado, este tipo de discurso incita a los ciber-ciudadanos a elegir al candidato con características similares a dicho famoso personaje.



Ciber-ciudadano

Las reacciones de los ciber-ciudadanos van cargadas de un discurso opositor y de confusión, donde se muestra de acuerdo con la publicación de la página.

No contiene imágenes o "Memes".

Tipos de Discurso Utilizados

- ✓ Discurso de Persuasión
- Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- ✓ Discurso de Seguimiento

FICHA 3

9/06/18

Estrategia Discursiva

La publicación contiene una imagen que incita al discurso de seguimiento y una frase que intenta persuadir al ciber-ciudadano.

Análisis del Discurso

El discurso de esta publicación promueve por medio de una imagen el discurso de seguimiento a cierto tipo de políticas sin importar el estrato socioeconómico de los ciber-ciudadanos y a su vez persuadir a aquellas personas que quieren un cambio.

La Naranja Castrochavista
9 de junio de 2018 a las 5:24 p. m. •

Fe en la humanidad: restaurada.



Ciber-ciudadano

Las respuestas de los ciber-ciudadanos a esta publicación son a favor de lo que se publica y promueven el discurso de seguimiento, compartiendo otras imágenes similares.

Tipos de Discurso Utilizados

- ✓ Discurso de Persuasión
- Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- ✓ Discurso de Seguimiento

Imágenes o "Memes".

Denotativo

La imagen contiene un coche lujoso que lleva en el parabrisas trasero un cartel, también contiene texto.

Connotativo

La imagen contiene un coche de alta gama el cuál tiene en el parabrisas trasero un cartel del candidato alternativo, también contiene un texto que hace comparaciones argumentadas para elegir a este candidato.

FICHA 4

1/06/18

Estrategia Discursiva

La publicación es de contenido visual la cuál hace referencia a los ciber-ciudadanos con un discurso de seguimiento hacia el personaje que aparece en la imagen

Análisis del Discurso

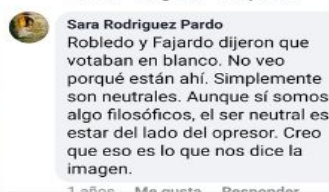
El discurso visual hace referencia a un candidato en específico el cuál transmite un discurso de seguimiento que insita a sus seguidores a elegir un tipo de voto en específico, a lo cuál la página realiza una pregunta que genera confusión.

La Naranja Castrochavista
1 de junio de 2018 a las 2:00 p. m. •

Álvaro Uribe NO es el Gran Colombiano

1 de junio de 2018 a las 1:59 p. m. •

Por que los Fajardistas votan en blanco?



Ciber-ciudadano

Los comentarios generados son de un discurso de tipo opositor, los cuales dan argumentos por los que este personaje incita a elegir este tipo de voto.

Tipos de Discurso Utilizados

- Discurso de Persuasión
- ✓ Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- ✓ Discurso de Seguimiento

Imágenes o "Memes".

Denotativo

En la imagen se puede observar una persona sonriente vestida de color blanco, también contiene una frase la cuál es una pregunta.

Connotativo

La imagen es de un ex-candidato el cual esta impulsando elegir el voto en blanco por eso luce este color en la imagen, la pregunta va dirigida a las personas que siguen a este candidato en búsqueda de argumentos válidos.

FICHA 5

Estrategia discursiva

La publicación va cargada de un discurso visual de persuasión e inducir al seguimiento de candidatos específicos.



03/06/2018

Análisis del discurso

Esta publicación va cargada de un discurso visual en el cuál también aparece un mensaje que incita a los seguidores de los partidos alternativos a unirse al candidato alternativo que quedo para la segunda vuelta electoral.

Ciber-Ciudadano

La mayoría de comentarios van cargados de un discurso de confusión, donde muestran estar en desacuerdo con la publicación realizada por la página.

Tipos de Discurso utilizados

- ✓ Discurso de persuasión
- Discurso opositor
- ✓ Discurso de confusión
- Discurso de seguimiento

Imágenes o "Memes".

Denotativo

En esta imagen se puede observar un personaje con una burbuja de pensamiento en la cual se ve un grupo de personas aparentemente felices e incluye una frase que intenta persuadir a los ciber-ciudadanos.

Connotativo

La imagen es tomada de la famosa serie Los Simpsons, donde el personaje principal esta imaginando como seria una posible realidad si se lograran unir las fuerzas de cierto grupo de personas.

FICHA 6

Estrategia Discursiva

La publicación promueve los discursos de seguimiento hacia los planes de un candidato en específico y de persuasión.



6/06/18

Análisis del Discurso

El discurso presente en esta publicación va cargado de argumentos por los cuales incitan a que los ciber-ciudadanos conozcan el plan de campaña del candidato independiente para así persuadir de una manera argumentada el seguimiento de este candidato.

Ciber-ciudadano

Los comentarios de los ciber-ciudadanos conllevan un discurso de seguimiento.

Imágenes o "Memes".

Denotativo

En la imagen se puede observar en el fondo dos manos, lleva texto y un logo.

Connotativo

La imagen contiene dos manos, una de ellas grande que esta sosteniendo la mano pequeña de un bebe, el texto es sobre una propuesta electoral, también se encuentra el nombre del país de elecciones y un logo perteneciente a la campaña del candidato independiente.

Tipos de Discurso Utilizados

- ✓ Discurso de Persuasión
- Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- ✓ Discurso de Seguimiento

FICHA 7

27/05/2018

Estrategia discursiva

La publicación va cargada de un discurso polémico, que trata de persuadir a los ciber-ciudadanos y también el uso del discurso de descalificación del adversario.

**Tipos de Discurso utilizados**

- ✓ Discurso de persuasión
- Discurso opositor
- Discurso de confusión
- ✓ Discurso de seguimiento

Ciber-Ciudadano

La mayoría de comentarios van cargados de un discurso de seguimiento, donde muestran estar de acuerdo con la publicación realizada por la página.

No contiene imágenes o "Memes".

Análisis del discurso

Esta publicación realizada al final del día de la primera vuelta electoral, tiene como discurso la motivación con argumentos para que quienes en ese día habían votado por el candidato Fajardo le brinden el apoyo al candidato independiente, ya que si votan por el partido de siempre demostrarán un retroceso en su educación.

FICHA 8

27/05/18

Estrategia Discursiva

La publicación tiene un discurso textual y visual que intenta persuadir a los ciber-ciudadanos, también se descalifica al adversario.



Esta publicación incita desde una imagen a la unión de ciertas personas para lograr un cambio y se brindan argumentos estadísticos para persuadir a los seguidores de los partidos alternativos a elegir al candidato independiente.

Ciber-ciudadano

Las respuestas de los ciber-ciudadanos incitan a seguir un candidato en específico, el discurso de oposición frente a la publicación de la página, algunos cargados de confusión.

Tipos de Discurso Utilizados

- ✓ Discurso de Persuasión
- ✓ Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- Discurso de Seguimiento

Imágenes o "Memes".**Denotativo**

La imagen contiene tres figuras de personas realizadas en plastilina, contiene texto con los colores de la bandera de Colombia y texto con cifras.

Connotativo

La imagen es la representación gráfica realizada en plastilina de tres de tres personajes pertenecientes a partidos alternativos, incita a la unión de estas tres personas para lograr vencer al partido contrario, por medio de cifras y de argumentos para lograr un cambio político.

FICHA 9

30/05/18

Estrategia Discursiva

La publicación tiene un discurso visual donde se promueve la oposición y la descalificación del adversario.

Análisis del Discurso

El discurso de esta publicación es visual donde se hace una sátira a los supuestos fraudes electorales de la primera ronda, en el se nota que su discurso es de oposición ya que descalifica al candidato.



Ciber-ciudadano

Los comentarios de los ciber-ciudadanos son del tipo de discurso de oposición donde se puede observar que están de acuerdo con la publicación de la página.

Tipos de Discurso Utilizados

- Discurso de Persuasión
- ✓ Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- Discurso de Seguimiento

Imágenes o "Memes".

Denotativo

La imagen contiene dos recuadros en el primero se ve un hombre y en el segundo a una mujer, contiene texto.

Connotativo

La imagen esta dividida en dos recuadros en el primero se observa un hombre sonriente y en el segundo a una mujer igualmente sonriente, el texto hace apología al contenido de las fichas electorales que al parecer fueron manipuladas.

FICHA 10

31/05/18

Estrategia Discursiva

La publicación contiene un discurso visual de oposición donde se busca descalificar a los adversarios, y promueven el discurso de persuasión.

Análisis del Discurso

Esta publicación busca persuadir por medio de una imagen a los ciber-ciudadanos para elegir al candidato alternativo, el discurso manejado en la publicación hace una descalificación del adversario incitando a detener la fuerza que se ha creado.



Ciber-ciudadano

Los comentarios de los ciber-ciudadanos cuestionan lo que aparece en la imagen generando un discurso de seguimiento y confusión al no estar del todo de acuerdo con la imagen.

Tipos de Discurso Utilizados

- ✓ Discurso de Persuasión
- ✓ Discurso de Opositor
- Discurso de Confusión
- Discurso de Seguimiento

Imágenes o "Memes".

Denotativo

La imagen contiene una persona en un fondo de colores oscuros, con un guante de hierro y armadura, también hay texto.

Connotativo

La imagen contiene una paleta de colores oscuros, la persona parece estar lista para la batalla vistiendo con una armadura y un guante que contiene los rostros de un grupo de personas que al parecer le brindan más poder.

Análisis de la información

Se pudo observar que en la mayoría de publicaciones los discursos utilizados por parte de la página La Naranja Castrochavista, tienden a imponer elementos del anti discurso como la polarización, dicotomización y descalificación del adversario, se puede observar que en la mayoría de publicaciones arrastran opiniones de acuerdo con Quintana, (2011) con vínculos asociados a la oposición de filosofías políticas desgastadas por el continuismo o por personajes oscuros que tienen deuda con la honestidad y la pulcritud en las decisiones que afectan la ciudadanía votante.

Por ende se pudo observar que las publicaciones influyen en el seguimiento de un candidato en específico ya que es este quien está representando la parte alternativa del país, este discurso de seguimiento promueve a que los ciber-ciudadanos sigan una doctrina que recoge cuestiones como la simbología, las representaciones o los deseos colectivos; Cada tendencia o doctrina política asume una posición distinta frente al imaginario colectivo y defienden una bandera política partiendo desde la ideología como una concepción neutra ya que nacemos sin ningún tipo de saber, así que las ideologías se van formando a lo largo de la vida, desde la ideología se logra movilizar e incitar a la reivindicación de las libertades, desde la revolución y la emancipación del pueblo, tornando la ideología en un imaginario colectivo movilizadado en función de un sentido político tendiente al socialismo.

La página ejerce el discurso de persuasión el cual cumple un papel fundamental a la hora de intentar acaparar los imaginarios políticos resultantes, desde la postura de la politóloga Chantal Mouffe (2005):

“Se radicaliza y reflexiona sobre los cambios sugeridos a los actuales sistemas de gobierno, señalando de incapaz la actual forma de ejercerse la política; su pensamiento establece que lo político es generador de antagonismo social, es decir una capa que cubre toda la sociedad generando conflicto y desencuentro, aduce esta investigadora que: “la dimensión de antagonismo es aquella donde no es posible reconciliar[...]”, una realidad que va en contravía de la propuesta liberal donde todo se mira desde un enfoque progresista y pluralista” (Chantal Mouffe, 2005).

A partir de esto se logra identificar que en varias publicaciones en las cuales se utiliza un lenguaje visual el cual en unas se hacen referencia a la importancia de una unión por parte de un pequeño grupo de personas con las que se marcaría una diferencia, por medio de las publicaciones incitan a que los seguidores de dichas personas elijan la única opción alternativa a seguir con los mismos políticos de siempre, para ilustrar esta influencia como lo proponen los teóricos Bradshaw y Philip (2018):

“Se observa que el campo de la actividad humana que más se beneficia del influjo en las redes sociales es la vida política, estructurada por grupos de adeptos y la dirigencia pública que se adueñan de plataformas con sus mensajes y noticias falsas logrando censura y control para sumar confianza de las instituciones y la sociedad” (Bradshaw y Philip 2018).

En otras publicaciones con imágenes se puede observar la descalificación del adversario ya que varias de las personas que podían aportar al cambio tomaron la decisión de tomar una posición neutra, lo que hizo que las publicaciones tuviesen un discurso de confusión ya que en varias se observa un lenguaje tosco e irrelevante que es lo que caracteriza a este tipo de discurso, como se pudo observar en la imagen de la FICHA 3 una camioneta de alta gama con un cartel alusivo partido del candidato que representa la oposición, la imagen contiene también un texto que revela unas cifras y concluyen con una frase que dice: “ No creerte el cuento chimbo de que nos volveremos una 2da Venezuela no tiene precio...” En esta imagen se puede observar claramente lo que es la descalificación del adversario y el discurso de confusión, todo este tipo de discursos que se pueden identificar entre las redes sociales, las cuales son una fuente de imaginarios propios y ajenos, presentan afinidad con el discurso contestatario, que además está determinado por el aspecto conductista de la manipulación emocional, lo cual se refleja en

imaginarios de odio, violencia y psicopatías, de acuerdo a lo que plantea la politóloga Chantal Mouffe (2005):

“En mi opinión, la creencia en la posibilidad de un consenso racional universal ha colocado al pensamiento democrático en el camino equivocado. En lugar de tratar de diseñar instituciones, que reconcilien los valores e intereses en conflicto, la tarea de los teóricos democráticos, la creación de una esfera pública vibrante de lucha agonista donde puedan encontrarse diferentes proyectos hegemónicos”(Mouffe, 2005; p.6).

La persuasión como discurso permite que los ciber-ciudadanos se sientan inducidos al seguimiento de candidatos específicos, esta estrategia puede verse reflejada en las publicaciones de la página ya que siempre busca influir en los imaginarios políticos de los ciber-ciudadanos quienes según Gabriela Palazzo (2012):

“son jóvenes que usan el chat como medio de comunicación que pertenecen a las comunidades lingüística, discursiva y ciber comunidad por estar integrados simbólicamente en su función de comunicar y por codificar su discurso en el contexto de un género con soporte digital”. Palazzo, (2012).

Facebook una de las plataformas con mayores usuarios en el mundo permite que la información fluya de manera rápida y constante, obteniendo respuestas de una gran cantidad de personas que son atraídas por el tipo de discurso que es publicado por páginas que tienen el fin de persuadir o manipular a los ciber-ciudadanos, La Naranja Castrochavista realiza publicaciones las cuales cargan un mensaje de cambio, las imágenes son usadas como representaciones gráficas para expresar de múltiples formas la inconformidad o recrear posibles realidades, estas imágenes atraen a los ciber-ciudadanos ya que los colores y las formas son llamativas, y en este tipo de plataformas se presta mayor atención a los diseños gráficos que a un párrafo escrito, la mayoría de respuestas observadas en el análisis brindaban su apoyo y estaban de acuerdo con lo que se publicaba desde la página, igualmente se encontraron comentarios de oposición pero sólo con argumentos de descalificación del adversario, hubo muy poco contenido argumentado verazmente. Para lograr persuadir a los ciber-ciudadanos la página recurre a varias estrategias discursivas como lo son la manipulación, la oposición, etc.

Estrategias Discursivas

Las estrategias discursivas que se pudieron observar en el proceso de análisis fueron discursos visuales de oposición, descalificación del adversario, persuasión, de seguimiento.

Estas estrategias discursivas promueven la manipulación que según los investigadores de la universidad de Oxford, Samantha Bradshaw y Howard Philip, (2018):

“La manipulación de la opinión desde las plataformas de medios sociales se ha convertido en una amenaza crítica para la vida pública.”

Este tipo de discurso denominado discurso de oposición se puede entender como discurso realizado para los usuarios no seguidores y que descalifican sus adversarios políticos, este discurso tiende a dividir y polarizar a los ciber-ciudadanos que navegan por la página generando una serie de comentarios y reacciones tanto a favor de lo que la página publica como en contra, este tipo de discusiones generan estrategias discursivas que llevan a argumentar las publicaciones, las cuales integran el conocimiento a través de la crítica y autoreflexión.

La estrategia discursiva de persuasión incita a que los ciber-ciudadanos estén pendientes de las acciones que tomará cierto candidato ya que en las publicaciones se muestra constantemente un pensamiento ideológico que gira entorno a un tipo de política en específico, de acuerdo con lo anterior, es visible cómo las redes sociales son el medio para exacerbar dichas diferencias, que como afirma Mouffe (2005 p. 5): “[...] es allí donde no podría existir nunca una solución racional a los antagonismos” .

Este tipo de estrategia discursiva permite que los ciber-ciudadanos no se dejen convencer por solo la retórica tradicional, sino promueven a reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios, pero sobre todo permite atraer a los indecisos, este discurso es estratégico ya que define propósitos, medios, y antagonistas del cambio, por medio de esta la asignación de valores que se les da a las publicaciones mediante el discurso son valores evaluativos sobre la realidad del país.

La estrategia discursiva de seguimiento la cual se caracteriza por contener un discurso de usuarios con doctrina y defensores de banderas políticas, esta estrategia se identifica en el momento en que las publicaciones se hace visible cuando hacen referencia a una campaña en específico a la cual le dan bastante importancia dentro de la página ya que para ellos simboliza la oposición, estas rivalidades suscitadas por la diversidad de opinión que configura la democracia en el ciberespacio se hace visible en la confrontación política; con relación a este fenómeno el profesor e investigador Luis Gregorio Sosa (2018) reflexiona:

“en las redes sociales somos más libres de actuar —decir, participar, comentar o interactuar— de lo que somos en nuestra cotidianeidad”. (Sosa, 2018; párr. 3).

Este tipo de estrategia tiene como característica el no sólo quedarse en informar o transmitir la información, sino que va en búsqueda de una acción que expresa públicamente un compromiso y asume una posición, todas las estrategias discursivas utilizadas por la página La Naranja Castrochavista tienen una base polémica ya que parece inseparable a lo largo de las publicaciones la construcción de un adversario, ya que sin esto no sería posible fomentar un cambio desde la página.

Las estrategias discursivas de la página argumentan y prueban desde el discurso el ser y el deber político, ante un público determinado y trata de realizar una intervención sobre este público, estas estrategias discursivas realizadas por la página La Naranja Castrochavista contienen una construcción lingüística que representa una estructura articulada, el discurso dice algo sobre algo, en cada una de las publicaciones afirma y representa, la interpretación contenida en la significación de la ideología de la página logrando demostrar su postura entre la primera y la segunda vuelta presidencial Colombia 2018, dando por entendido que la página acoge una postura de pensamiento progresista de izquierda, donde priman los derechos de los ciudadanos y en búsqueda de una sociedad más equitativa y cooperante.

Discurso y Contradiscurso

Los Discursos manejados por la página La Naranja Castrochavista durante el periodo del 27 de mayo de 2018 al 17 de junio de 2018 es, en su mayoría discursos de seguimiento que incitan a los ciber-ciudadanos a identificarse con la política progresista, pues defienden ideas cómo crear

una transición hacia las energías renovables, sobre la agroindustria, el transporte multimodal, educación y salud públicas, políticas para cuidar los recursos naturales, este tipo de política la cual fue representada por el político y economista Gustavo Petro, por el partido de Colombia Humana, la página promovió al seguimiento de este e intentó en varias ocasiones persuadir a los ciber-ciudadanos de elegir a este candidato para lograr un cambio, ya que el otro candidato representaba el continuismo del mismo poder político que ha estado siempre en el mando, el político y ex-senador Iván Duque en representación del partido Centro Democrático, el cual toma el papel de adversario dentro de las publicaciones de la página siendo objetivo de descalificación del adversario.

El discurso de seguimiento que promueve la página La Naranja Castrochavista se arrastra a la opinión por medio de un lenguaje visual, en ocasiones ofensivo pero simple para llegar a la crítica argumentada con datos veraces, los debates generados en los comentarios de los ciber-ciudadanos promueven un discurso de oposición donde varios defienden las publicaciones de la página y otros con argumentos poco convincentes incitan a desprestigiar dichas publicaciones, los discursos con vínculos asociados a la oposición de filosofías políticas desgastadas por el continuismo o por personajes oscuros que tienen deuda con la honestidad y la pulcritud en las decisiones que afectan los ciber-ciudadanos, son los discursos más promovidos por la página.

El discurso de oposición de la página La Naranja Castrochavista intentaba persuadir a los ciber-ciudadanos por medio publicaciones con alto contenido visual donde este discurso tuvo como propósito intentar influir en los ciberciudadanos no seguidores de un candidato en específico que había que lograr un cambio, este discurso sirve para mostrar con argumentos una realidad posible como se puede observar en la imagen de la FICHA 8 donde se mostraban con cifras reales al finalizar el día de la primera vuelta electoral que donde hubiese una unión de dichos candidatos que no pasaron a la segunda vuelta con el único candidato alternativo que pasó se lograría acabar con el continuismo, también se pudo ver reflejado la descalificación del adversario en las publicaciones donde se hacía apología a ciertos formatos electorales como lo muestra la imagen del día 30/05/18 esta imagen es una sátira a dichos formatos ya que al parecer fueron manipulados y dejaría descalificado al candidato Iván Duque, este tipo de discurso permite varias reacciones las cuales promueven un contradiscurso por parte de los ciber-ciudadanos como lo plantea la teórica Elisabeth Noëlle-Neuman (1995):

“El dilema entre una opinión pública que, desde la racionalidad, participa en el proceso de formación de la opinión y toma de decisiones en una democracia y, por otro lado, una opinión pública que se muestra como una forma de control social con el objetivo de promover la integración social y acreditar la existencia del oportuno nivel de consenso sobre el que sustentar las decisiones” Elisabeth Noëlle-Neuman (1995).

El discurso que caracterizó a la página La Naranja Castrochavista, mostró durante el tiempo entre la primera y la segunda vuelta electoral una posición de oposición al continuismo del poder político que nos ha regido por años, por medio de cifras incita a la unión tanto de candidatos como de sus seguidores para lograr un cambio ya que este es uno de los pilares de su discurso al igual que mostrar siempre la realidad política de nuestro país desde la sátira y la comedia.

Relación de la retórica del grupo La Naranja Castrochavista y los Imaginarios Políticos

La página La Naranja Castrochavista es reconocida por su capacidad para fomentar nuevas maneras de mostrar el descontento, sobre todo desde la actuación de los gobiernos y desde la solidaridad con personajes que tienen cierto acoso por sus posiciones críticas ante el desarrollo de la vida social, y hacia el poder “desinformador” y manipulador de los medios de comunicación; con relación a su potencial, desde el blog Utopeando comentan sobre la página:

“Es una obra satírica, que a través del humor y la ironía resalta importantes aspectos de nuestra macondiana y cotidiana realidad política y social; y participa del debate nacional con sus característicos dardos mordaces que disparan de manera preferente contra los precursores del hiperbólico imaginario del castrochavismo” (Torres, J; Blog: Utopeando; 09 jul, 2017)

A lo que la página se autodefine como “la alianza regional de medios alternativos, un grupo de páginas hermanas con la cual coincidimos porque nos indigna tantas mentiras y subyugación mental a las que nos someten los medios de comunicación de Colombia...”.

El contenido retórico que promueve la página es un discurso polémico que como lo referencia la investigadora Teresita Vázquez Ramírez (2014) “es una dinámica donde se imponen

elementos del anti discurso como la polarización, dicotomización y descalificación del adversario, escenarios de discusión que van en contravía del principio del Ethos.”

El discurso influenciador de la página permite que los ciber-ciudadanos construyan o reconstruyan un pensamiento político que se debe entender como lo plantea la politóloga Chantal Mouffe (2005) donde hace la distinción entre la política y lo político:

“Mientras la primera hace referencia a las prácticas e instituciones que permiten el ordenamiento de la sociedad, el segundo refiere a la dimensión antagónica de lo humano. La conflictividad constituye una característica inerradicable de lo propiamente humano, y su negación u ocultamiento trae como consecuencia la imposibilidad de pensar y actuar políticamente.” Chantal Mouffe (2005).

Esto conlleva a observar que en la página intenta persuadir e influir en la construcción de un ser político donde la visión que tenemos sobre otros contribuye a la construcción de la identidad no sólo propia, sino que, son identidades que se oponen y se excluyen, pero que son necesarias la una para la otra. A esta cuestión la autora Chantal Mouffe (2005) la llama “exterioridad constitutiva”, donde la politóloga aclara que “esto depende de cómo se construye la idea del “otro”. Si el otro es visto y asumido como un “otro legítimo”, se vuelve posible “domesticar” la relación de antagonismo y convertirla en lo que ella llama agonismo.”

El discurso que promueve la página La Naranja Castrochavista tiene como propuesta reflexiva basada en el imaginario social de rechazo a tres tendencias que hacen desmedro en la calidad de vida de la comunidad y que reviste alta controversia: la política con todos sus problemas; el poder manipulador de los imaginarios por los medios y las redes virtuales; así como la crítica a los sistemas que abusan de los derechos ciudadanos como lo plantea Sosa, (2018; párr. 2) “compartiendo con gran intensidad en estos medios virtuales expresiones legítimas de su identidad y personalidad, tales como sus intereses, pasiones, alegrías, deseos, frustraciones, tristezas, e incluso su indignación, furia o enojo.”, esta página incita a que en este tipo de espacios se hable no sólo de chismes de famosos sino que de lo que realmente le interesa a la sociedad en cuanto a temas políticos, y a nuestra realidad colectiva, para ello hacen uso de contenido visual el cual no se detiene ante ningún tipo de problemática, sino que por el contrario concierne entre la multitud de seguidores un escenario virtual de escape junto con la

manifestación del inconformismo, donde no existen límites de tiempo ni espacio, solo la inteligencia del mensaje que es como el detonador de la expresión imaginada de las realidades. El uso de memes abre un espacio a quienes se toman de manera satírica la política ya que estos son utilizados en su mayoría para descalificar al adversario, estos contenidos visuales permiten que los ciber-ciudadanos realicen una conexión entre imagen y significante para lograr sentirse identificados, el discurso de la página se refleja en las publicaciones en pocas ocasiones se lleva a cabo un debate entre la página y los ciber-ciudadanos, debido a que los comentarios de los opositores de la página no tienen una base argumentativa bien definida, por lo cual la página hace caso omiso a la mayoría de comentarios con discursos de oposición.

CAPÍTULO 3

Conclusión

Al realizar el rastreo de las estrategias discursivas observadas en las publicaciones de la página La Naranja Castrochavista entre el 27 de mayo de 2018 y el 17 de junio del mismo año que la página promueve, es un discurso moral y político del cual se vale la sociedad para manifestar las condiciones de vida; el acto y pensamiento político son consecuencia de la expresión cultural de la gente que plantea una disputa por la definición de su realidad social.

Al identificar el discurso y el contradiscurso que se utilizó en las publicaciones realizadas durante el tiempo previamente indicado provocan a una descalificación del adversario con comentarios que incitan a un cambio de gobierno ya que con el candidato Iván Duque sería la continuación de un gobierno que a mi parecer nos hizo retroceder décadas, porque se volvió a vivir en Colombia una guerra que cada vez era menos escuchada, estábamos renaciendo como un país en paz (aunque aún nos falta mucho para eso o tal vez sea utópico), logramos ocupar los primeros puestos como mejores destinos para viajar, y ahora en tan solo un año de ganar el gobierno de Iván Duque el país está en las calles exigiendo sus derechos que han sido violentados, y un gran aporte a este movimiento se lo dan los nuevos medios alternativos de comunicación mediante estrategias discursivas como el discurso de oposición o de seguimiento estas estrategias son utilizadas por una gran cantidad de páginas y entre ellas la página La Naranja Castrochavista, ésta página que está aún en movimiento tras muchos intentos de ser cerrada se podría decir que ha logrado influir en cierto grado a una población que está inconforme con lo que viene pasando hace mucho tiempo, por esta razón la página siempre demostró su apoyo al candidato Gustavo Petro ya quién fue el representante de la oposición el cual prometía un cambio y aunque estuvo cerca de ganar también se demostró en las elecciones que muchos colombianos se encuentran inconformes con el continuismo de los mismos partidos políticos, gracias a este tipo de páginas y a la velocidad y cantidad de información son muchos los ciber ciudadanos que indagan un poco más y adquieren un pensamiento más crítico.

Al relacionar la retórica de la página y los imaginarios políticos se haya un discurso de unidad

que fue el que más promovió la página La Naranja Castrochavista durante estas fechas ya que uno de los objetivos de formar un pensamiento más crítico es volver al colectivismo y dejar de pensar en las preferencias individuales, este llamado a la sociedad a una unión para un cambio demostró que hay una semilla que está creciendo cada vez más rápido y que en algún momento va a florecer si se logra trabajar con comunidad, durante el análisis de las estrategias utilizadas por la página se puede concluir que ésta también tiene sus opositores quienes con pocos argumentos intentan formar conflicto dentro de los comentarios pero por falta de una información veráz este tipo de publicaciones se caen solas dejando así solo un poco de inconformidad al ver que aún hay personas que viven como en una burbuja creyendo que los medios de comunicación tradicionales tienen toda la razón y esa es la única verdad, de acuerdo a lo anterior se podría decir que el imaginario político de la página tiene en su esencia un componente que recoge cuestiones como la simbología, las representaciones o los deseos colectivos en cuya búsqueda de soluciones se basa el principio del ideal de vida, como lo es el movimiento progresista que se caracteriza por el pragmatismo político, la justicia social, la libertad y los derechos de igualdad.

Esta investigación se considera un primer acercamiento para comprender y explorar lo que ocurre en este medio virtual, en la actualidad una gran parte de la construcción no sólo política sino social se realiza a través de estas plataformas tenemos mucho por seguir construyendo en búsqueda de una mejora para todos.

BIBLIOGRAFÍA

Ascencio, A. J. (2011). Plasticidad, nuevas tecnologías y cambios mentales. ¿qué pedagogía? Universidad Autónoma de Barcelona [En línea]. Disponible en: <http://www.cite2011.com/Comunicaciones/Neurociencia/225.pdf>

Agüero, J. O. (2010). Niklas Luhmann y los sistemas autopoieticos. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-027/38.pdf>

Arteaga, M. (2011). La Teoría de Sistemas Sociales de Niklas Luhman en México. Una Aproximación. Revista Perspectivas Internacionales. Cali, Colombia, Volumen 7, No 1, PP. 101 - 136, ISSN 1900-4257. [En línea]. Recuperado el 25/07/2018. Disponible en: <http://revistas.javerianacali.edu.co/index.php/perspectivasinternacionales/article/viewFile/831/1356>

Bradshaw, S; Howard, P. (2018). Desafiando la verdad y la confianza: un inventario global de manipulación de medios sociales organizados. [En línea]. Universidad de Oxford.

Disponible en: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/research/cybertroops2018/>

Bonilla, A. (2017). ¿Cómo influyen las redes sociales en la economía? [Artículo en línea]. Disponible en: <https://es.quora.com/C%C3%B3mo-influyen-las-redes-sociales-en-la-econom%C3%ADa>

Castoriadis, C. (1997). “El Imaginario Social Instituyente”. [En línea]. Revista Zona Erógena, No 35, Chile. Recuperado el 27/07/2018, disponible en: <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/Castoriadis%20Cornelius%20-%20El%20Imaginario%20Social%20Instituyente.pdf>

Espina, A. (2005). El Darwinismo Social: de Spencer a Bagehot. Revista Española de investigaciones Sociológicas. No 110. p. 175. [En línea]. Recuperado de: <https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento6172.pdf>

Fernández, J; García, P; Sánchez, J, M. (2006). Santiago Ramón y Cajal; un Siglo después del Premio Nóbel. [En línea]. Fundación Marcelino Botín. Recuperado de:

<http://www.pedrogarciabarreno.es/3.%20Libros/Ramon%20y%20Cajal.pdf>

Gómez, (2.017). Googlecracia, Gobierno, campañas y ciudadanos digitales. Editorial Ibáñez. Recuperado el 28/07/2.018, reseña disponible en: <http://pacifista.co/googlecracia-libro-luis-ernesto-gomez-tecnologia-activismo-causas-lanzamiento/>

Habermas, J. (1981): Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.

Levy, Pierre (1997): Ciber cultura: informe al consejo de Europa.

Mance, E. A. (2013). La Revolución de las Redes. [En línea]. Disponible en: <http://retosalsur.org/wp-content/uploads/2013/08/La-Revoluci%C3%B3n-de-las-Redes-Euclides-Andr%C3%A9s-Mance.pdf>

Max-Neef, M. (1.993). Desarrollo a Escala Humana. Editorial Nordan-Comunidad. Uruguay. [En línea]. Recuperado el 03/08/2.018, disponible en: https://www.max-neef.cl/descargas/Max_Neef-Desarrollo_a_escal_a_humana.pdf

Mars, A; Jiménez, R. (11/2.017). “Las grandes tecnológicas admiten que toneladas de propaganda rusa invadieron sus plataformas durante las elecciones”. Periódico El País, España. [En línea]. Recuperado el 03/08/2.018, disponible en: https://elpais.com/internacional/2017/10/31/actualidad/1509406063_824896.html

Mesa, J. (2018). Jair Bolsonaro: el Mesías de las Redes. Periódico El Espectador. [En línea]. Recuperado de: <https://www.elspectador.com/noticias/el-mundo/jair-bolsonaro-el-mesias-de-las-redes-articulo-815408>

Mouffe, Chantal (2005) en torno a lo político. Buenos Aires fondo de cultura económica.

Neuman, E. N. (1995) La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona Paidós.

Orozco, G. (1997). “El Reto de Conocer para Transformar Medios, Audiencias y Mediaciones”. Revista Comunicar 8, p 25. México. [En línea]. Recuperado el 01/08/2018, disponible en:
<https://www2.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/orozco.pdf>

Palazzo, M, G. (2014). El discurso juvenil en el Ciberespacio: expresión de subjetividades y mecanismos de interacción. En Lenguaje, discurso e interacción en los espacios virtuales. Mendoza (Argentina): UNC- Sociedad Argentina de Lingüística. [En línea] Recuperado el 01/08/2018, disponible en: <https://www.aacademica.org/gabriela.palazzo/30.pdf>

Palenzuela, Y. (2013). Tesis de grado: Imaginarios sociales de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales. Disponible en <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/116524>

Quintana, M, F. (2011). “Nos vemos en el Face...” Análisis de la Red Social Facebook desde el Concepto de Necesidades Axiológicas. [Tesis en línea] Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/6981/1/396253.2011.pdf>

Raglianti, F. (2006). Comunicación de una observación de Segundo orden. Universidad de Chile. Revista Cinta Moebio, 27, página 77-85. [En línea]. Recuperado el 29/07/2018. Disponible en: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/27/raglianti.pdf>

Reguillo, R. (08/2.000). Emergencia de Culturas Juveniles. *Estrategias del Desencanto*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. Bogotá. Recuperado el 25/07/2018. Disponible en:
https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QTNf7vzs4UsJ:https://www.iberopuebla.mx/sites/default/files/bp/documents/emergencia_de_culturas_juveniles_strategias_del_desencanto_0.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co

Rincón, D. (2018). ¿Qué tanto influyen las redes sociales con el voto real en Colombia? Artículo [en línea], Periódico El Tiempo. Bogotá. Recuperado el 05/08/2018, disponible

en: <http://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/jurados-y-votantes/influencia-de-las-redes-sociales-en-el-voto-real-en-colombia-191332>

Rozo, M. (julio-2.007). “Intersubjetividad, Comunicación e Interacción. Los aportes de Alfred Schütz a la Comunicología”. Revista Razón y Palabra No 57. México. [En línea]. Recuperado el 02/08/2.018. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n57/mrizo.html>

Santillán, A. (2015). Imaginarios urbanos y segregación socio espacial. Un estudio de caso sobre Quito. [En línea]. Recuperado el 02/08/2.018 desde: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ltXBssKhQocJ:revistas.javeriana.edu.co/index.php/cvyu/article/view/14682/12483+&cd=12&hl=es-419&ct=clnk&gl=co>

Silva, A. (2013). Imaginarios, el asombro social. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. Recuperado en: CUADERNOS DE VIVIENDA Y URBANISMO. ISSN 2027-2103. Vol. 8, No. 16, julio-diciembre 2015: 246-263. doi: 10.11144/Javeriana.cvu8-16.iuss

Sosa, L. G. (2018). Hostilidad y agresión en redes sociales: una tendencia que llegó para quedarse. [Entrada de Blog en línea]. Disponible en: https://www.huffingtonpost.com.mx/luis-gregorio-sosa/hostilidad-y-agresion-en-redes-sociales-una-tendencia-que-llego_a_22133294/

Tamayo, T. M. (1999). Aprender a investigar: Módulo 2 la investigación. 3 ed. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. p. 44.

Torres, J. (2.017). “La naranja que pone a prueba la libertad de expresión en Colombia”. [En línea]. Blog, periódico El Espectador. Recuperado el 02/08/2.018, disponible en: <http://blogs.elespectador.com/actualidad/utopeando/la-naranja-pone-prueba-la-libre-expresion-colombia>

Valentí, C, S. (1922). Ideólogos, Teorizantes y Videntes; Herbert Spencer. [En línea]. Editorial Minerva, S. A. Barcelona. Recuperado de: <http://www.filosofia.org/aut/svc/1922p047.htm>

Velázquez, T. (2014) Estructura polémica del discurso político. Revista Nexus. Comunicación N° 16. Universidad del Valle. DOI: <https://doi.org/10.25100/nc.v0i16.710> Recuperado de: <http://revistas.univalle.edu.co/index.php/nexus/article/view/710>

Pérez, S. Situando los Imaginarios Sociales: aproximación y propuestas. Academia. Edu.

Recuperado de:

http://www.academia.edu/33019300/Situando_los_imaginarios_sociales_aproximaci%C3%B3n_y_propuestas_Placing_the_social_imaginaries_approach_and_proposals

Tesis de grado

Palenzuela, Y. (2013). Imaginarios sociales de jóvenes universitarios sobre su participación ciudadana en redes sociales virtuales. Tesis. [En línea] Recuperado de:

<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116524>

Revistas Digitales

Pérez, S. (2017). Situando los imaginarios sociales. Aproximación y propuestas. Revista Imagonautas. Recuperado en:

<http://imagonautas.webs.uvigo.gal/index.php/imagonautas/article/view/83>

Sola, S. (2014). Imaginarios Sociales. Procesos de identificación y comunicación mediática. Revista Prisma.com. Recuperado en:

<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/3044>

Etnografías

Mira, S. (2014). Etnografía virtual y el análisis de la sociedad digital. Blog-etnografía Sociólogos [en línea]. Recuperado en:

<https://sociologos.com/2014/06/25/etnografia-virtual-y-el-analisis-en-la-sociedad-digital>